

BAB 4 – RISET

RISET
MENETAPKAN GAGASAN/
PRODUK/ JASA

WALYONO, S.PSI (KAK DJOJO)
K.U. PUSAT KARIR DAN KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS
MEDAN AREA
ENTREPRENEUR
AND CAREER
DEVELOPMENT
Pusat Pengembangan Kewirausahaan dan Karir

#4 RISET SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN GAGASAN BISNIS BERSAMA KAK DJOJO

Riset pasar adalah hal yang mutlak sebelum membuat keputusan terkait dalam pembuatan produk/jasa pada usaha kita. Riset akan memberikan berbagai informasi secara detail sesuai dengan indicator yang menjadi kebutuhan sebagai dasar pembuatan keputusan. Banyak orang yang gagal dalam membuat sebuah usaha baik berupa produk ataupun jasa dikarenakan tidak menjadikan riset sebagai rujukan utama dalam pengambilan keputusan, sehingga sering sekali usaha yang dibuat tidak sesuai dengan kebutuhan pasar.

Riset Pasar Menurut Ahli ?

Menurut Philip Kotler, Riset Pemasaran adalah suatu perancangan, pengumpulan, analisis, dan pelaporan yang sudah tersistematis dari data atau berbagai penemuan yang relevan dengan adanya situasi pemasaran tertentu yang telah dihadapi oleh perusahaan. Menurut American Marketing Association, Riset Pemasaran adalah fungsi yang menghubungkan konsumen, pelanggan dan publik dengan pemasar melalui informasi digunakan untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang dan masalah pemasaran; menghasilkan, menyempurnakan dan mengevaluasi upaya pemasaran; memantau kinerja pemasaran; memperbaiki pengertian pemasaran sebagai suatu proses.

Berdasarkan kedua pernyataan para ahli, tidak dapat dipungkiri bahwa riset pasar merupakan gagasan besar yang mampu mempertemukan antara kebutuhan produsen dengan konsumen dengan sebuah pola identifikasi yang relevan dengan situasi tertentu.

Tujuan Riset Pasar

Tujuan dilakukan riset pemasaran adalah untuk mengetahui dan menganalisa hal yang diperlukan atau dibutuhkan pasar (konsumen) dan juga untuk mengetahui pesaing usaha. Dengan melakukan riset pemasaran maka akan diketahui produk atau jasa yang ditawarkan, dimana produk atau jasa tersebut

di butuhkan dan kualitas produk seperti apa yang dibutuhkan konsumen. Selain itu juga untuk mengetahui seberapa besar permintaan dan potensi permintaan, kapan permintaan tersebut memuncak dan kapan permintaan tersebut menurun. 5 Memulai Riset Dengan Konsep ESG Entrepreneurship Smart Guide (ESG) memandu kita untuk menjawab 6 pertanyaan bagian I (Riset Pasar) yang akan menjadi bagian yang paling penting dalam proses identifikasi terhadap sebuah prospek usaha baik produk ataupun jasa yang akan kita putuskan, yaitu :

- A. Apa Masalah Yang Akan Dipecahkan Dari Gagasan Usaha kita?
- B. Siapa Yang Memerlukan Solusi dari Gagasan Produk/Jasa dari usaha kita ?
- C. Apa Yang Menjadi Solusinya?
- D. Kategori Produk/Jasa Sunrise Atau Sunset?
- E. Berapa Banyak Market Yang Membutuhkan Produk Atau Jasa kita?
- F. Hal-hal Penting Yang Menjadi Factor Untuk Kemajuan Usaha

Link Video : <https://youtu.be/OsviAqPIXqQ>