

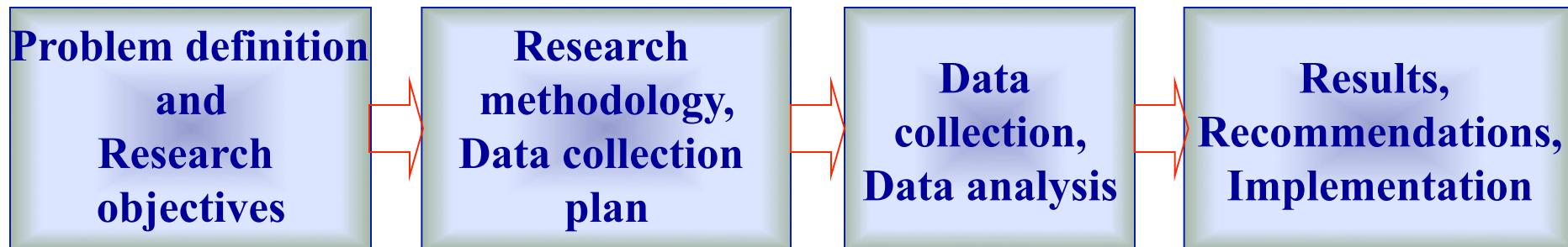
# **MENENTUKAN MASALAH DAN PENDEKATAN**

**(Defining the problem and developing an approach)**

# Marketing Research

## Tujuan:

Mencari keterkaitan antara consumer, manajemen dan masyarakat, melalui analisis informasi menggunakan metode riset yang tepat dalam rangka menemukan keinginan pasar (needs, wants) dan harapan untuk menyusun marketing strategy, memahami secara lebih baik proses pembelian dan konsumsi serta mengevaluasi kinerja pemasaran



# Manfaat:

---

- Memperoleh informasi yang akurat
- Masukan pihak manajemen dalam rangka identifikasi masalah dan pengambilan keputusan

# Powerful Marketing Research

**Fungsinya adalah untuk menghubungkan antara consumer, manajemen dan masyarakat melalui informasi yang tepat.**

Informasi digunakan untuk:

1. Mengidentifikasi dan menentukan peluang pasar serta masalah-masalah yang dihadapi.
2. Menciptakan dan menentukan tindakan pemasaran.

# Powerful Marketing Research

---

3. Memonitor kinerja pemasaran.
4. Meningkatkan pemahaman mengenai pemasaran sebagai suatu proses.

# Alasan Menggunakan Marketing Research

---

1. Untuk pengambilan keputusan secara efektif dan efisien.
2. Mengembangkan lebih detail pengetahuan tentang produk maupun jasa kepada customer.

# Alasan Menggunakan Marketing Research

3. Mengetahui seberapa jauh kita memenuhi keinginan customer
4. Menentukan positioning atau image di pasar
5. Mengetahui target pasar yang baru.

# Alasan Menggunakan Marketing Research

---

6. Mengetahui fasilitas baru atau jasa yang diperlukan
7. Mengetahui dan menganalisis pesaing utama.



# Alasan Tidak Menggunakan Marketing Research

1. Membutuhkan waktu yang lama.
2. Membutuhkan biaya yang relatif tinggi.
3. Manajemen lebih suka menggunakan *judgment* nya sendiri.

# Alat untuk menghubungkan:

- Konsumen (needs, wants & Expectation)
- Variabel pemasaran:
  - ➔ 4P + 4P
- Lingkungan
  - ➔ Kompetisi, sospol, ekonomi, tekno

**FOR MORE INFO...**

Please read Riset Pemasaran by Freddy Rangkuti

# Analisis Persaingan

- Competitor
  - ➔ Pesaing utama
- Kekuatan
  - ➔ Kekuatan kita dibandingkan dengan pesaing
- Kelemahan
  - ➔ Kelemahan kita dibandingkan dengan pesaing

# Analisis Persaingan, lanjutan..

- Faktor Internal
- Faktor External



**FOR MORE INFO...**

Please read: Analisis SWOT (15<sup>th</sup> Editions, 2008) by Freddy Rangkuti

# Technology

- Teknologi baru yang digunakan
  - ➔ Keuntungan
  - ➔ Kerugian
- Standard yang digunakan
  - ➔ Keuntungan
  - ➔ Kerugian

# Proses Riset Pemasaran

- Menentukan masalah
- Menentukan pendekatan untuk memecahkan masalah
- Formulasi riset desain
- Field Work
- Persiapan data dan analysis
- Laporan dan presentasi

# Bagaimana Menemukan Masalah

- Management problems
  - ➔ Sales menurun ?
  - ➔ Apakah produk baru perlu diluncurkan
  - ➔ Apakah Iklan perlu diubah
- Marketing research problems
  - ➔ Mengetahui kualitas produk & daya beli
  - ➔ Mengetahui selera konsumen
  - ➔ Mengetahui efektivitas iklan

# Defining the problem and developing an approach

What is the **problem** here? Why does anyone care about it? Who says it is a problem? What **evidence** suggests that this is a problem? Who says that it is important? (And critically) **Mengapa analisis ini perlu dilakukan?**





# Problems

**Kesenjangan(Gap)** antara kenyataan dan harapan (berdasarkan dukungan teori) **yang penting untuk dipecahkan** oleh lebih dari dua alternatif kemungkinan



# Diagram manajemen problems & Marketing research problems

