

# KREDENSIAL MIKRO MAHASISWA INDONESIA (KMMI)

## COURSE DATA SAINS UNTUK BISNIS DAN PERKANTORAN

### Modul 13: Pengambilan dan Analisis Data Survei Pasar

---

#### 1. Latar Belakang

Dunia telah memasuki Revolusi 4,0 dimana data menjadi sebuah kebutuhan baru bagi seluruh sector publik maupun privat. Hal ini menuntut SDM dapat mengerti bagaimana memahami data dan menggunakan data sesuai dengan peruntukannya. Khusus di sektor privat, data pasar menjadi sangat penting dalam mengambil keputusan. Dalam pengambilan keputusan dan pengembangan suatu bisnis diperlukan data yang efektif dan objektif. Data tersebut kemudian dianalisis untuk menghasilkan suatu kesimpulan-kesimpulan fakta terkait kondisi pasar dan *customer behaviour*. Kesimpulan-kesimpulan tersebut menjadi pertimbangan bagi atasan tertinggi dalam mengambil keputusan terkait keberlangsungan dan pengembangan suatu bisnis.

Topik Pengambilan dan Analisis Data Survei Pasar ini bertujuan memberikan pemahaman kepada mahasiswa terkait bagaimana mengambil dan menganalisis data survei pasar sehingga data survei tersebut bisa menjadi masukan/rekomendasi bagi pemangku kebijakan.

#### 2. Materi dan Prosedur

Secara garis besar, Topik Pengambilan dan Analisis Data Survei Pasar terdiri atas 6 sub topik/pembahasan yaitu sebagai berikut :

##### 1. Perkembangan Industri 1,0 – 4,0

Dalam sub topik ini, dijelaskan terkait sejarah yang melatarbelakangi sehingga di zaman revolusi digital 4,0 saat ini, data menjadi salah satu “tambang emas” baru bagi seluruh elemen sektor privat

##### 2. Industri-industri Masa Depan

Dalam sub topik ini, dijelaskan terkait sektor industri apa saja yang akan memiliki “cake” market yang paling besar serta contoh-contoh perusahaan yang ada di dalamnya. Dalam sub topik ini, juga dijelaskan terkait demografi industri masa depan yang telah dikembangkan dan besar di negara-negara di dunia

##### 3. Definisi dan Objektif Data Survei Pasar

Dalam sub topik ini, dijelaskan terkait pemahaman bersama tentang apa itu data, survei pasar, dan objektif/tujuan dilaksanakannya survei pasar. Selain itu dijelaskan terkait cara mengambil survei data pasar

##### 4. Metode Menentukan Sampel Survei Pasar

## KREDENSIAL MIKRO MAHASISWA INDONESIA (KMMI) COURSE DATA SAINS UNTUK BISNIS DAN PERKANTORAN

Dalam sub topik ini, dijelaskan terkait cara merumuskan dan menentukan sampel suatu survei pasar serta memetakan objek dan lokasi data survei pasar dapat diambil

### 5. Metode Pengambilan Survei Pasar

Dalam sub topik ini, dijelaskan terkait cara mengambil data survei pasar di lokasi dan objek data yang telah ditentukan atau dirumuskan sebelumnya. Selain itu, dalam topik ini juga dijelaskan terkait jenis survei yang digunakan dalam industri retail (B2C)

### 6. Analisis Survei Pasar

Dalam sub topik ini, dijelaskan terkait tools-tools apa saja yang dapat digunakan dalam menganalisis hasil survei pasar yang telah dilakukan sehingga menghasilkan kesimpulan umum dan kesimpulan mendalam yang dapat dijadikan saran/rekomendasi bagi pengambil keputusan

## 3. Studi Kasus

Dalam studi kasus, akan dibuat sebuah ilustrasi tentang seorang user dengan posisi dalam perusahaan yaitu Manajer Marketing untuk unit bisnis retail yang bergerak di bidang Food & Beverages (restoran dan foodpark). Manajer Marketing ini meminta kepada timnya untuk mengidentifikasi kondisi *market* dan *customer behaviour* masyarakat Makassar dalam mengonsumsi produk/layanan restoran dan foodpark. Tim Marketing kemudian menyusun sebuah survei pasar yang mengakomodasi kebutuhan Manajer Marketing tersebut.

## 4. Latihan Mandiri

1. Mahasiswa diarahkan membuat suatu tim yang terdiri 2-3 orang
2. Mahasiswa diarahkan untuk membuat survei pasar dengan skenario : user atau atasan merupakan seorang Manajer Sales yang ingin mengetahui seberapa besar permintaan masyarakat dan *customer behaviour* dalam mengonsumsi produk/layanan supermarket
3. Mahasiswa diarahkan untuk membuat presentasi dan menyajikan hasil survei serta menarik kesimpulan-kesimpulan yang dapat mendukung pengambilan keputusan

## 5. Rangkuman

Data merupakan “tambang emas” baru di revolusi digital 4,0 saat ini. Hal ini memberi desakan kepada SDM untuk dapat memahami data dan mengambil keputusan-keputusan dari banyaknya data yang ada. Survei Pasar merupakan salah satu metode dalam pengambilan



## KREDENSIAL MIKRO MAHASISWA INDONESIA (KMMI) COURSE DATA SAINS UNTUK BISNIS DAN PERKANTORAN

keputusan dalam suatu bisnis. Dalam melakukan survei pasar, terdapat alur proses dan tools-tools tertentu yang dapat membantu menghasilkan suatu kesimpulan dan rekomendasi dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, topik ini hadir untuk memberikan gambaran-gambaran tentang Pengambilan dan Analisis Data Survei Pasar.

### 6. Referensi

Ross, Alec, *The Industries of The Future*, Rene Books, Jakarta, 2018.

Galloway, Scott, *The Four*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2018.