

Introduction to Market Research

P2MS-ITB

TEACHING FACTORY-NETWORK

Mohammad Rizka Fadhli

ikanx101.com

14 December 2021

Contents

1	SILABUS UMUM	5
1.1	Tujuan Perkuliahan	5
1.2	<i>Learning Outcomes</i>	6
1.3	<i>Blending Teaching Methods and Modes of Delivery</i>	8
1.4	Silabus dan Jadwal Mingguan	8
1.5	Prasyarat	9
1.6	<i>Assesments</i>	9
1.7	Buku/ <i>resource</i> Tambahan Selain Materi yang Telah Ditulis di LMS	10
	PERTEMUAN I	11
2	PERKENALAN	11

List of Figures

List of Tables

1	Metode Pembelajaran	8
2	Silabus Detail	8

1 SILABUS UMUM

1.1 Tujuan Perkuliahan

Kuliah ***Basic Market Research*** dirancang untuk:

1. Menambah pengetahuan peserta kuliah terhadap *market research* dan peranannya dalam dunia bisnis sebagai salah satu *decision support system*. Kelak akan dijelaskan pula berbagai jenis *research* yang lazim digunakan seperti:
 1. *Qualitative research: focus group discussion (FGD), In-depth Interview (IDI), dan qualitative observation.*
 2. *Quantitative research: surveys dan quantitative observation.*
2. Mengenalkan beberapa studi *market research* yang lazim dilakukan di dunia bisnis, seperti:
 1. *Market Entry Study.*
 2. *TV Campaign Research*, meliputi *storyline research, pre-campaign research, dan post-campaign research.*
 3. *Brand Health Research*, meliputi *satisfaction, loyalty, usership, perception, dan sebagainya.*
 4. *Media Habit.*
 5. *Consumer Profile.*
 6. *Service Audit.*
 7. *Retail Audit.*
3. Memberikan pengalaman terhadap mahasiswa untuk merencanakan, menyusun, melakukan, dan membuat laporan suatu *market research* sederhana. Tahapan-tahapan yang akan dilakukan:
 1. Formulasi masalah:
 - Mengubah *management problem* menjadi *research problem*.
 - Menggunakan *tools* seperti *interrelationship diagram* untuk memisahkan antara **sebab** dan **akibat** dari suatu masalah.
 2. Menuliskan tujuan *research*.
 3. Melakukan *sample design*.
 - Mendefinisikan populasi dan *sample*.
 - Menghitung *sample size*.
 - Menentukan teknik *sampling* yang hendak digunakan.
 4. Membuat questioner.
 5. Mengumpulkan data dan melakukan *quality control*.
 6. *Data entry, data preparation, dan data processing.*
 7. *Analysis dan reporting.*
 8. *Feedbacks.*

Case studies yang akan digunakan sebagai bahan ajar:

1. *Market Entry Study*: Suatu perusahaan *healthy FnB overseas* hendak masuk ke Indonesia.
2. *TV Campaign*: Bagaimana suatu perusahaan popok bayi membuat dan mengevaluasi iklan TV?
3. *Brand Health*: **Top Brand Index** dan *customer satisfaction survey*.
4. *Service Audit*: Pengukuran kualitas layanan bank dengan *mystery shopping*.
5. *Retail Audit*: *Telco retail audit*.

Case study yang akan dijadikan tugas melakukan *market research*:

Mencari tren makanan dan minuman pada suatu segmen konsumen tertentu (misalkan: anak muda kelas menengah ke atas, ibu hamil kelas menengah ke bawah, dan orang tua kelas menengah).

1.2 Learning Outcomes

Rujukan *outcomes*:

- C1. Analytical thinking
- C2. Process understanding
- C3. Research skill
- C4. Ability to work in team
- C5. Conflict skill
- C6. Communication skill
- C7. Problem Solving
- C8. Decision Making
- C9. Research skill
- C10. Technical skill
- C11. Media skill
- C12. Coding skill
- C13. Networking skill

Setelah mengambil kuliah ini, peserta diharapkan:

1. Mengetahui perbedaan masing-masing jenis *research* dan bisa memasangkannya dengan tujuan dari bisnis (C1, C2, C7, dan C8).
2. Mampu melaksanakan *market research* dengan tahapan-tahapan yang benar (C3 dan C10).
3. Mampu melakukan *data preparation* hingga *data analysis* untuk dijadikan laporan *market research* (C10, C12, dan C6).

1.3 *Blending Teaching Methods and Modes of Delivery*

Table 1: Metode Pembelajaran

	Metode Pengajaran		Cara Penyampaian Materi
x	Case-based learning		Team-based learning
	Problem-based learning		Collaborative team learning
	Challenge-based learning	x	Team learning
x	Project-based learning	x	Lecture
	Experimental learning	x	Online learning
			Debate
			Concept Questions
			Computational Lab Project (Colab)

1.4 Silabus dan Jadwal Mingguan

Table 2: Silabus Detail

Cara Penyampaian			
Minggu	Materi/Kegiatan	Topik	Sub topik
1	Online learning	Pendahuluan	Latar belakang kenapa harus melakukan market riset. Strategi perusahaan untuk melakukan atau tidak.
2	Online learning	Workflow	Langkah-langkah melakukan riset atau penelitian. Penjelasan mengenai 3 titik kritis dalam melakukan riset.
3	Online learning	Market Research Problem	Jenis-jenis masalah dalam bisnis.
4	Online learning	Pengelompokkan Data	Jenis-jenis data dalam market riset.
5	Online learning	Jenis-jenis Riset	Riset kualitatif vs riset kuantitatif beserta contoh aplikasi dan bagaimana menentukan yang sebaiknya dilakukan.
6	Online learning	Metode Pengumpulan Data Riset Kualitatif	Berbagai contoh metode pengumpulan data riset kualitatif.

Cara Penyampaian			
Minggu	Materi/Kegiatan	Topik	Sub topik
7	Online learning	Metode Pengumpulan Data Riset Kuantitatif	Berbagai contoh metode pengumpulan data riset kuantitatif.
8	Online learning	Sample Design	Perkenalan berbagai macam teknik sampling dan menghitung berapa banyak sampel data yang harus diambil.
9	Online learning	Designing Questionnaire	Berbagai panduan membuat kuesioner riset kuantitatif.
10	Lecture	Tugas	Penugasan dan praktek market riset.
11	Online learning	Data Processing	Tahapan sebelum melakukan analisa: data preparation dan data cleaning.
12	Online learning	Analisa Data	Contoh analisa deskriptif dalam report market riset.
13	Lecture	Melaksanakan Desk Research	Pengenalan dan panduan singkat terhadap desk research.
14	Lecture	Contoh Projects Market Research	Beberapa contoh projects market riset di berbagai industri seperti telco, banking, oil and gas, e-commerce, FMCG, retail, property, healthcare, etc.
15	Lecture	Tugas	Pengumpulan tugas

1.5 Prasyarat

Prasyarat peserta kuliah:

1. Para peserta kuliah harus sudah pernah mengikuti kuliah statistika seperti: **Analisa Data** atau **Statistika Dasar**.
2. Mampu dan menguasai *tools* pengolahan data seperti Ms. Excel, SPSS, MiniTab, R, atau Python (minimal salah satu).

1.6 *Assesments*

Penilaian dilakukan berdasarkan tugas yang dilakukan secara berkelompok (2-3 orang per kelompok). Bobot penilaiannya:

- Proposal: 35%.

- Quesioner: 25%.
- *Report* dan analisa: 40%.

1.7 Buku/*resource* Tambahan Selain Materi yang Telah Ditulis di LMS

1. E. Chapman, E. M. Feit, *R for Marketing Research and Analytics*, 2nd edition, Springer, 2019.
2. G. James, D. Witten, T. Hastie, R. Tibshirani, *An introduction to Statistical Learning in R*, 2013 (e-book).

PERTEMUAN I

2 PERKENALAN