P2MS-ITB TEACHING FACTORY-NETWORK

Basic Market Research

Mohammad Rizka Fadhli [ikanx101@gmail.com](mailto:ikanx101@gmail.com)

12 October 2021

# Tujuan Kuliah

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 quesioner.
   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).***

# *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).

# Pengampu

* Mohammad Rizka Fadhli

# *Blending Teaching Methods and Modes of Delivery*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Metode Pengajaran (pilih beberapa) |  | 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) |

# Silabus dan Jadwal Mingguan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Minggu | Cara Penyampaian 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. |
| 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 |

# 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).

# *Assesments*

# 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).