

DETAIL TUGAS	
Judul Tugas	SURVEY TARGET PASAR
Tipe Tugas	TEAM
Tahap Aktivitas	REFINE BUSINESS IDEA
Departemen	SELURUH DEPARTEMEN
Durasi	2x PERTEMUAN, 4 JAM PELAJARAN
TUJUAN PEMBELAJARAN	OUTPUT
- Siswa mampu menyusun kuesioner survei yang sesuai dengan tujuan bisnis - Siswa mampu menganalisis hasil survei dan menarik kesimpulan untuk memvalidasi atau menyesuaikan ide bisnis.	Analisa hasil survey target pasar

Pendahuluan

Memahami kebutuhan pelanggan adalah kunci dalam menciptakan produk atau jasa yang bisa diterima oleh pasar. Sebuah ide bisnis tidak hanya harus menarik, tetapi juga harus sesuai dengan permintaan pasar. Hal tersebut dapat dicapai dengan melakukan survei dan wawancara langsung kepada calon pelanggan menggunakan kuesioner sederhana. Dari data yang diperoleh, tim dapat mengevaluasi apakah ide bisnis mereka memiliki potensi pasar yang kuat atau perlu disesuaikan

No	AKTIFITAS
1	I. Pengenalan Konsep Fasilitator menjelaskan alasan pentingnya tahap survey terhadap ide bisnis yang sudah terpilih serta penjelasan singkat mengenai survey kuantitatif. Penjelasan Survei Target Pasar Survey Target Pasar metode pengumpulan data dan umpan balik dari potensi pelanggan untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan harapan mereka, sehingga dapat membantu memvalidasi dan mengoptimalkan ide bisnis sebelum diluncurkan. Jenis pertanyaan: A. Pertanyaan Terbuka Jenis pertanyaan yang memungkinkan responden memberikan jawaban dengan kata-kata mereka sendiri tanpa batasan (jawaban berupa essay). Contohnya, pertanyaan "Apa pendapat Anda tentang kebijakan baru perusahaan?" B. Pertanyaan Tertutup Jenis pertanyaan yang memberikan pilihan jawaban terbatas dan spesifik kepada responden. Terdapat 3 tipe pertanyaan tertutup; Pilihan Ganda: Responden memilih salah satu dari beberapa pilihan jawaban, contoh; "Apa yang biasa anda makan saat sahur? " A. Nasi uduk B. Nasi Goreng C. Bubur Ayam Skala Likert: Responden menjawab menggunakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur opini, atau persepsi responden terhadap pernyataan yang diberikan, contoh;

	<i>"Produk ini sangat berguna bagi saya"</i> <i>Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju</i> Dichotomous: Responden memilih jawaban antara 2 pilihan, contoh; <i>"Apakah anda pernah merasakan sakit pada bagian perut sebelumnya?"</i> (YA / TIDAK)
2	I. Menyusun Kuesioner Sebelum lanjut ke penyusunan pertanyaan kuesioner, arahkan kelompok untuk menentukan tujuan survey, agar pertanyaan lebih terarah. Untuk menentukan tujuan, masing-masing kelompok dapat berdiskusi untuk menjawab pertanyaan berikut; <i>"Apa Informasi utama yang ingin kelompok dapatkan dari calon konsumen?"</i> Dari situ, susun tujuan utama survei dengan membentuk kalimat, sebagai contoh; <i>"Untuk mengetahui apakah orang mengalami masalah tertentu, bagaimana mereka menyelesaikannya dan apakah mereka tertarik dengan solusi yang di tawarkan."</i>
3	Setiap kelompok mulai menyusun pertanyaan kuesioner yang bisa mengarahkan responden ke tujuan utama dari survey, sebagai contoh: Identifikasi masalah → "Apakah Anda sering mengalami [masalah tertentu]?" (Jawaban: Ya/Tidak) Cara menyelesaikan masalah saat ini → "Bagaimana Anda biasanya mengatasi masalah ini?" (Jawaban pilihan ganda) Minat terhadap solusi → "Jika ada produk ini, apakah Anda tertarik mencobanya?" (Skala 1-5) Harga yang sesuai → "Berapa harga yang menurut Anda wajar untuk produk ini?" (jawaban pilihan ganda) Preferensi pembelian → "Di mana biasanya Anda membeli produk sejenis?" (Pilihan: Online/Offline/dll.)
4	Arahkan kelompok untuk menyusun pertanyaan pada kuesioner dengan ketentuan sebagai berikut: - Buat minimal 5 pertanyaan dengan jenis pertanyaan tertutup - Tambahkan juga pertanyaan pengisian data responden sebagai acuan untuk melakukan kegiatan marketing, contoh data yang diperlukan: - Nama - Umur - Jenis Kelamin - Lokasi tinggal - Email - Nama media sosial - Pekerjaan Pertanyaan harus mencakup keseluruhan tipe pertanyaan tertutup (<i>Pilihan Ganda, Skala Likert, dan Dichotomous</i>)

5	Setelah melakukan penyusunan kuesioner, fasilitator mulai mengarahkan setiap kelompok untuk melakukan konsultasi dengan fasilitator secara bergantian.
6	II. Mengumpulkan Data Jika semua kelompok sudah melakukan konsultasi, dan seluruh pertanyaan sudah dianggap ideal, arahkan setiap kelompok untuk mulai menyebar kuesioner secara online. Berikut langkah-langkah yang dapat diikuti untuk membuat kuesioner secara online; 1. Pindahkan pertanyaan kuesioner kedalam <i>Google Form</i> 2. Panduan untuk menggunakan <i>Google Form</i> dan contoh formatnya dapat dilihat melalui portal VCI, atau bagian REFERENSI. 3. Akses web; https://barcode.tec-it.com/en/MobileQRUrl untuk mendapatkan barcode dari link kuesioner agar mempermudah orang luar untuk mengakses kuesioner. 4. Carilah sebanyak-banyaknya responden yang sesuai dengan target pasar masing-masing kelompok. (minimal 20 orang) Responden bisa merupakan murid lain, guru, orang tua murid, atau orang luar sekolah yang masih merupakan target pasar dari produk/jasa yang disediakan oleh kelompok
7	III. Analisa Hasil Survey & Membuat Kesimpulan Setelah kuesioner sudah tersebar dan seluruh responden sudah menjawab pertanyaan, arahkan setiap kelompok untuk melakukan analisa terhadap data yang didapat. Proses analisa bisa dilakukan melalui tahapan berikut; 1. Akses dokumen <i>google sheet</i> yang tersambung dengan kuesioner 2. Buatlah grafik dengan bentuk bebas (Bar, Pie, dll) dari setiap pertanyaan yang di berikan untuk memperlihatkan kecenderungan jawaban target pasar. 3. Tutorial cara membuat grafik pada google sheet dapat dilihat pada bagian referensi 4. Buat hasil analisa dari grafik tersebut dengan melihat presentase jawaban yang paling banyak dari setiap pertanyaan yang di berikan 5. Setelah itu buatlah kesimpulan dari hasil survey tersebut dengan menjawab beberapa pertanyaan seperti a. Apa temuan utama dari hasil survey b. Apakah target market benar-benar membutuhkan solusi yang ditawarkan? c. Apakah ide bisnis perusahaan perlu disesuaikan?

REFERENCE

FORMAT TUGAS

Analisa Survey Target Pasar – [LINK](#)