

LEMBAR STATUS DOKUMEN DAN DATA



PT CHITOSE INTERNASIONAL Tbk.

Manufacture : Jl. Industri III No. 5, Utama, Cimahi
Showroom : Jl. HMS Mintareja Sarjana Hukum, Baros, Cimahi
Phone : (022) 6031900
Website : www.chitose.id

PROSEDUR RISET PASAR

No. Dokumen : MKT.P.3

Revisi : N

Tgl.Efektif : 21 Juli 2025

PENYUSUN

YANG MENYETUJUI

| Nama | Jabatan | Tandatangan | Nama | Jabatan | Tandatangan |
|-----------|-------------------------|-------------|-----------|-------------------|-------------|
| Taufik M. | Brand & Market Research | | Shinta. S | Manager Marketing | |

DOKUMEN YANG BERHUBUNGAN

1.

DISTRIBUSI SALINAN TERKENDALI MELALUI PORTAL CHITOSE

www.portal.chitose-indonesia.com

| | | | | | |
|---|--------------------|------------------------------|---------------|-----------------------|---------------------|
|  | PROSEDUR | Direvisi Oleh | Revisi | Disetujui oleh | Tgl. Efektif |
| | | Brand&Mkt Resrach | N | Mgr Marketing | 21 Juli 2025 |
| | RISET PASAR | | | | |
| | | | | | |

1. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup prosedur ini adalah mulai pengumpulan data, analisa hingga terciptanya produk baru, pengembangan produk, konten promosi, atau membuka channel pemasaran baru.

2. TUJUAN

- 2.1. Menghasilkan produk baru yang diterima pasar
- 2.2. Menghasilkan pengembangan produk yang diterima pasar
- 2.3. Menghasilkan konten promosi yang dapat meningkatkan penjualan
- 2.4. Menemukan channel pemasaran baru yang dapat memperluas pasar sehingga dapat meningkatkan penjualan.
- 2.5. Menganalisa pesaing dan *trend* pasar

3. DEFINISI

3.1. Metode riset kuantitatif

Pendekatan penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data numerik (angka) untuk menjelaskan, memprediksi, atau mengontrol fenomena tertentu, dengan fokus pada pengukuran objektif dan analisis statistik.

3.2. Metode riset kualitatif

Pendekatan penelitian yang menekankan pada pemahaman mendalam dan komprehensif mengenai suatu fenomena sosial atau pengalaman manusia, menggunakan data non-numerik seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen.

3.3. Data primer

Data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, yaitu objek penelitian.

3.4. Data sekunder

Data yang dikumpulkan dari data yang sudah ada sebelumnya, bukan dari sumber utama.

4. KETENTUAN UMUM

4.1. Riset pasar yang digunakan menggunakan Metode kuantitatif dan kualitatif

4.1.1. Metode kuantitatif dilakukan dengan cara mendapatkan data primer atau sekunder. Contoh dari data primer adalah data penjualan internal, sedangkan contoh data sekunder adalah data dari pihak kedua.

4.1.2. Metode kualitatif dilakukan dengan cara misal wawancara dengan customer saat event dan observasi misal datang langsung ke pameran.

4.2. Analisa pasar dilakukan berdasarkan teori Marketing Mix yaitu *product*, *place*, *price*, dan *promotion*.

| | | | | | |
|---|--|------------------------------|---------------|-----------------------|---------------------|
|  | <p style="text-align: center;">PROSEDUR</p> <p style="text-align: center;">RISET PASAR</p> | Direvisi Oleh | Revisi | Disetujui oleh | Tgl. Efektif |
| | | Brand&Mkt Resrach | N | Mgr Marketing | 21 Juli 2025 |
| | | | | | |
| | | | | | |

5. TANGGUNG JAWAB

5.1. Kabag. Brand & Market Research

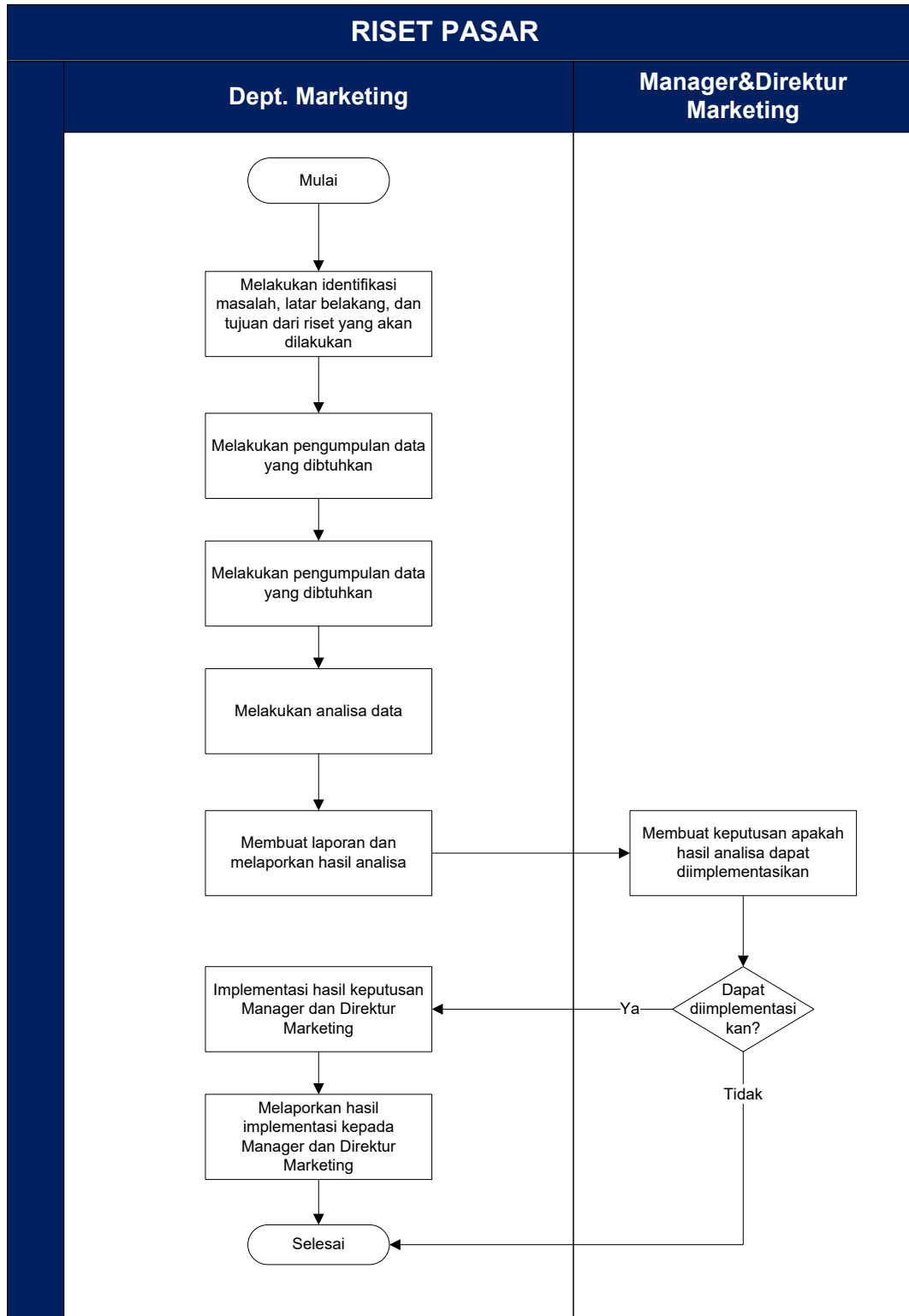
- 5.1.1. Melakukan riset pasar sesuai dengan prosedur
- 5.1.2. Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk riset pasar
- 5.1.3. Membuat dan melaporkan hasil analisa

5.2. Manager Marketing

- 5.2.1. Melakukan hasil evaluasi atas hasil Analisa riset pasar
- 5.2.2. Membuat Keputusan atas hasil Analisa riset pasar

| | | | | | |
|---|---|-------------------|--------|----------------|--------------|
|  | PROSEDUR RISET PASAR | Direvisi Oleh | Revisi | Disetujui oleh | Tgl. Efektif |
| | | Brand&Mkt Resrach | N | Mgr Marketing | 21 Juli 2025 |
| | | | | | |
| | | | | | |

5.3. DIAGRAM PROSES



| | | | | | |
|---|--------------------|------------------------------|---------------|-----------------------|---------------------|
|  | PROSEDUR | Direvisi Oleh | Revisi | Disetujui oleh | Tgl. Efektif |
| | | Brand&Mkt Resrach | N | Mgr Marketing | 21 Juli 2025 |
| | RISET PASAR | | | | |
| | | | | | |

6. Prosedur Detail (Penjelasan Diagram Proses Secara Lengkap)

| Penjelasan Detail | PIC | Indikator Kinerja |
|---|---|--------------------------|
| 6.1. Melakukan identifikasi masalah, latar belakang, tujuan dari riset yang akan dilakukan 6.2. Melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan, mencakup : 6.2.1. Data primer 6.2.2. Data sekunder 6.3. Melakukan Analisa data 6.4. Membuat laporan dan melaporkan hasil Analisa kepada Manager Marketing dan Direktur Marketing mencakup: 6.4.1. Trend 6.4.2. Peluang penjualan 6.4.3. Konsep pengembangan produk 6.4.4. Konsep promosi 6.5. Hasil Keputusan dimuat dalam laporan analisa 6.6. Implementasi hasil Keputusan Manager dan Direktur Marketing. 6.7. Melaporkan hasil implementasi kepada Manager dan Direktur Marketing | <i>Brand & Market Research, E-Katalog, E-commerce</i> | H+0 |

7. KETENTUAN KHUSUS

-

8. RECORD

8.1. Laporan Hasil Analisa Riset Pasar

9. LAMPIRAN

-

10. REFERENSI

10.1. ISO-9001:2015, Element : 9.1. Monitoring, pengukuran, analisis, dan evaluasi

10.2. Manual Sistem Manajemen Terintegrasi PT. CINT.

10.3. Permenkes No. 20 tahun 2017 : Cara Pembuatan Alat Kesehatan dan Perbekalan kesehatan Rumah Tangga yang baik