

BAB V

PRELIMINARY MARKET TEST

5.4. Preliminary Market Test

Preliminary market test merupakan riset lanjutan yang dilakukan oleh peneliti, dimana tujuan dilakukannya riset ini adalah untuk mengetahui tanggapan masyarakat mengenai positioning Surabaya sebagai kota bisnis. Sehingga dari penelitian tersebut peneliti dapat meminimalisasikan resiko dan memperkirakan seberapa sukses ide sebuah produk baru dapat di terima oleh target pasar pada saat diwujudkan. Selain itu fungsi dari preliminary market test ini adalah untuk membantu memperbaiki dan mengoptimalkan strategy yang akan di lakukan.

5.5. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Dalam Preliminary market test yang dilakukan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden. Dimana teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jenis judgment sampling, sehingga sample yang diperoleh peneliti sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian.

5.6. Kriteria Responden

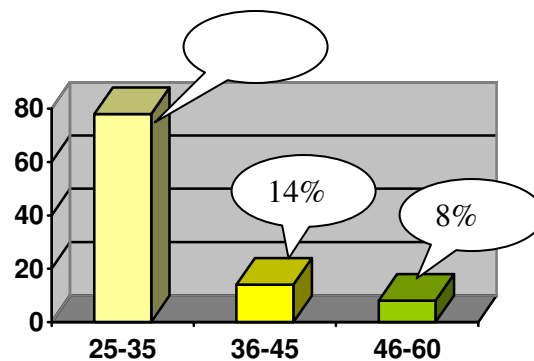
Responden penelitian ini terdiri dari masyarakat Surabaya dan masyarakat Non-Surabaya dengan kriteria sebagai berikut :

- Umur : 25 – 65 tahun
- Social Economic Status : A , B+ , B

Kriteria responden ini disamakan dengan kriteria responden pada penelitian yang pertama kali dilakukan oleh peneliti. Hal ini dilakukan agar hasil yang diperoleh bisa melengkapi hasil penelitian yang pertama.

5.4. Identitas Responden

5.6.1. Usia

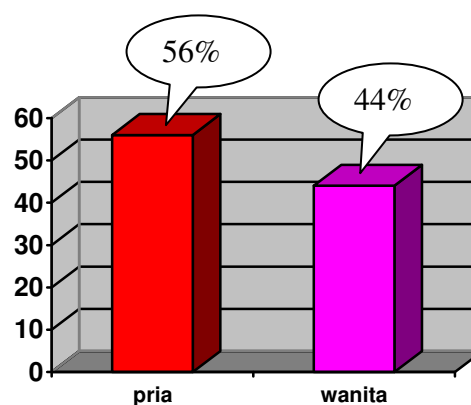


Grafik 5.1. Perbandingan Usia Responden

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti.

Dari penelitian yang telah dilakukan, lebih dari tiga per empat responden berkategori usia 25-35 tahun, sisanya dengan kategori usia 36-45 tahun dan dengan persentase yang paling rendah yaitu kategori usia 46-60 tahun. Responden dengan usia 25-35 tahun mempunyai persentase paling besar, karena orang-orang dengan kategori usia 25 – 35 tahun lebih mudah untuk dimintai informasi dan juga lebih mengerti dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti daripada orang-orang yang berusia di atasnya.

5.6.2. Jenis Kelamin

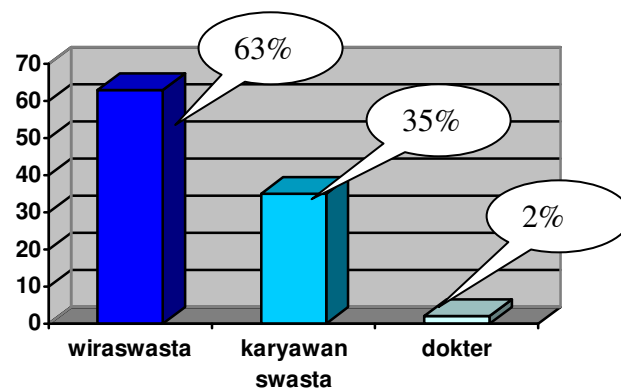


Grafik 5.2. Perbandingan Jenis Kelamin Responden

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti.

Lebih dari setengah jumlah responden penelitian berjenis kelamin Pria, dan sisanya adalah wanita. Jumlah responden pria lebih banyak dari wanita di karenakan responden pria lebih banyak yang bekerja daripada wanita dan responden pria lebih memahami tentang ruang lingkup bisnis.

5.6.3. Jenis Pekerjaan

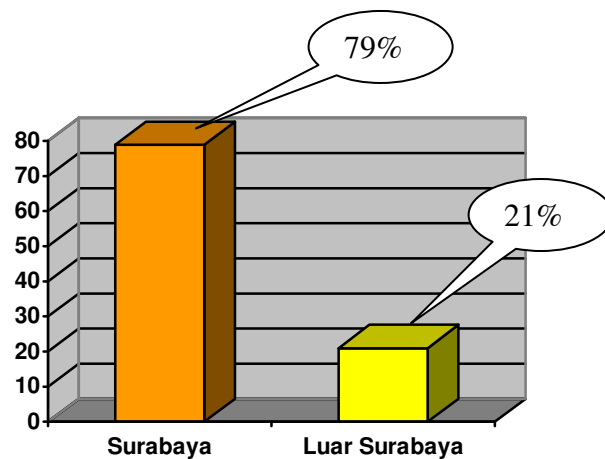


Grafik 5.3. Perbandingan Jenis Pekerjaan Responden

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti.

Lebih dari setengah responden penelitian mempunyai jenis pekerjaan sebagai wiraswasta , sedangkan lebih dari sepertiga responden bekerja sebagai karyawan swasta. Hanya 2% responden yang mempunyai pekerjaan sebagai dokter. Pekerjaan wiraswasta disini merupakan gabungan dari beberapa pekerjaan , misalnya designer, toko emas, pemilik supermarket, dan lain sebagainya.

5.6.4. Kota asal

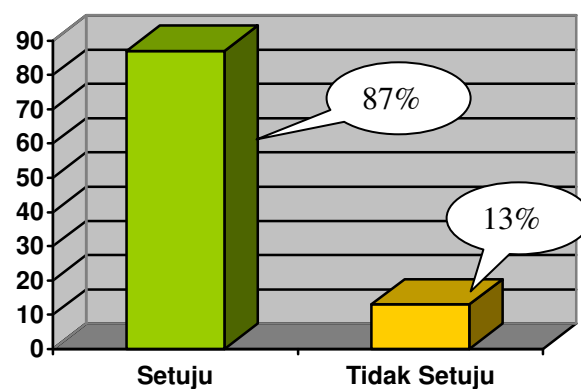


Grafik 5.4. Perbandingan Kota Asal Responden

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti.

Sebanyak hampir 80% responden yang kami tanyai, berasal dari kota Surabaya, sedangkan sisanya sebesar 21% bukan merupakan warga Surabaya . Mereka ada yang berasal dari Tulungagung, Banjarmasin, dan lain sebagainya.

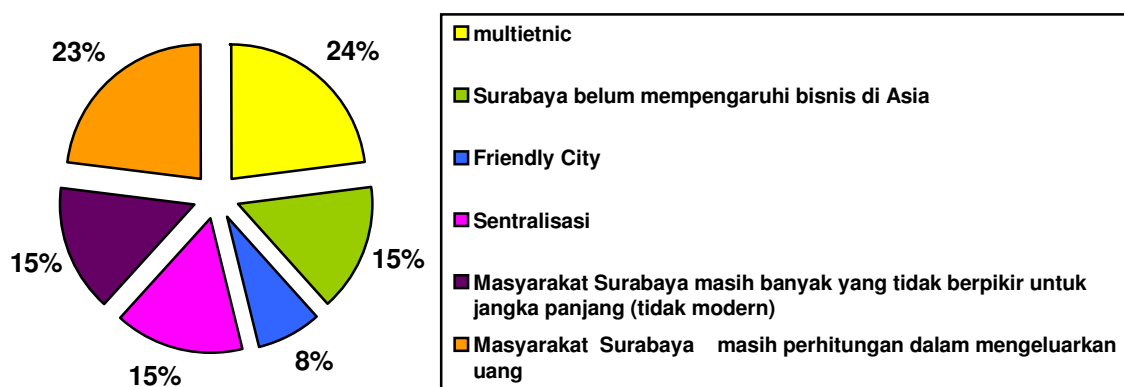
5.5.Positioning



Grafik 5.5. Perbandingan Persepsi Responden Terhadap Positioning Surabaya Sebagai Kota Bisnis

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti

Persepsi responden mengenai positioning kota Surabaya sebagai kota bisnis menunjukkan persentase yang bagus. Hal ini terbukti lebih dari lima per enam responden mengatakan bahwa kota Surabaya cocok untuk dijadikan kota bisnis. Karena menurut mereka Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Hal ini juga didukung dengan pengertian kota bisnis sebagai berikut. Pengertian kota menurut Prof. Drs. R. Bintarto adalah suatu system jaringan kehidupan manusia dengan kepadatan penduduk yang tinggi, strata social ekonomi yang heterogen dan corak kehidupan yang materialistic. Secara historis kata **bisnis** dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. (Surabaya, Wikipedia Ensiklopedia Bebas, 2007). Sehingga bisa di simpulkan bahwa kota bisnis adalah sebuah kota dengan kepadatan penduduk yang tinggi, strata social ekonomi yang heterogen dan corak kehidupan yang materialistic, dimana segala kegiatan, aktivitas, dan pekerjaan yang dikerjakan di dalamnya merupakan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Berdasarkan pengertian tersebut maka Surabaya sesuai untuk dijadikan sebuah kota bisnis. Sedangkan sisa responden yaitu sebesar 13% mengatakan kalau kota Surabaya tidak cocok untuk dijadikan kota bisnis.



Grafik 5.6. Alasan Responden Tidak Setuju Surabaya Dijadikan Sebagai Kota Bisnis

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti

Dari 13 % responden yang tidak setuju dengan positioning Surabaya sebagai kota bisnis, mempunyai alasan-alasan mengapa mereka tidak setuju jika Surabaya di jadikan kota bisnis, alasan-alasan tersebut antara lain:

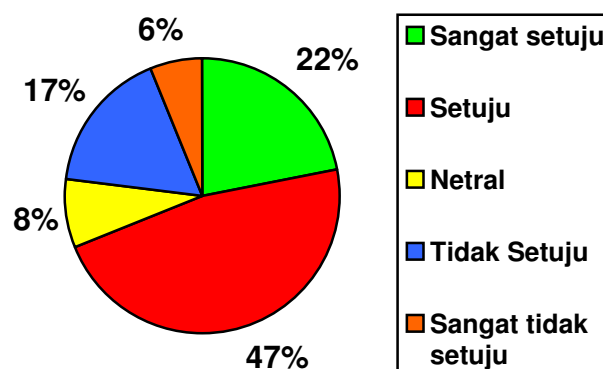
- Sebanyak hampir seperempat dari responden yang tidak setuju beranggapan bahwa kota Surabaya merupakan kota yang multietnik, maksudnya disini adalah kota Surabaya terdiri dari banyak suku yang menurut mereka lebih baik kalau Surabaya tersebut dijadikan sebagai kota budaya.
- Sebanyak 15% dari responden yang tidak setuju mengatakan bahwa kota Surabaya ini belum mempunyai pengaruh yang besar dalam bidang bisnis di Asia. Karena pada umumnya perusahaan asing di Asia hanya mengetahui bahwa pusat bisnis di Indonesia itu hanya di kota Jakarta. Mereka umumnya belum tahu tentang kota Surabaya sebagai kota terbesar kedua di Indonesia.
- Selanjutnya 8% dari responden yang tidak setuju berpendapat bahwa kota Surabaya tidak cocok dijadikan sebagai kota bisnis karena kota Surabaya ini merupakan *Friendly City*, maksudnya adalah kota Surabaya ini dikenal sebagai kota yang mempunyai penduduk yang ramah, sehingga responden kami beranggapan bahwa kota Surabaya lebih cocok dijadikan sebagai kota wisata.
- Sejumlah 15% dari responden yang tidak setuju berkata bahwa mereka tidak setuju Surabaya dijadikan sebagai kota bisnis karena alasan sentralisasi. Maksudnya disini adalah bahwa selama ini banyak perusahaan-perusahaan lebih mempercayakan bisnis di kota Jakarta karena memang kota Jakarta merupakan ibu kota Indonesia dimana pasti peluang bisnis lebih dapat berkembang pesat di kota tersebut. Sehingga responden kami beranggapan kalau kota Surabaya ini tidak dapat disamakan dengan kota Jakarta dalam bidang bisnis tersebut.

- ➡ Dari responden yang tidak setuju 15% mengatakan bahwa masyarakat Surabaya masih tidak mempunyai pikiran untuk jangka panjang, sehingga mereka masih susah untuk bisa menerima hal-hal yang baru. Hal ini bisa menghambat perkembangan bisnis di Surabaya.
- ➡ Sebesar 23% dari responden yang tidak setuju mengatakan bahwa Masyarakat Surabaya masih sangat sensitif terhadap harga, sehingga susah untuk bisa memajukan bisnis di Surabaya.

5.6.Brand Strategy

5.6.1. Persepsi responden terhadap usaha-usaha yang akan di lakukan untuk mewujudkan Surabaya sebagai kota bisnis.

- a. Menarik perusahaan-perusahaan besar di Indonesia untuk memindahkan kantor pusatnya ke kota Surabaya.

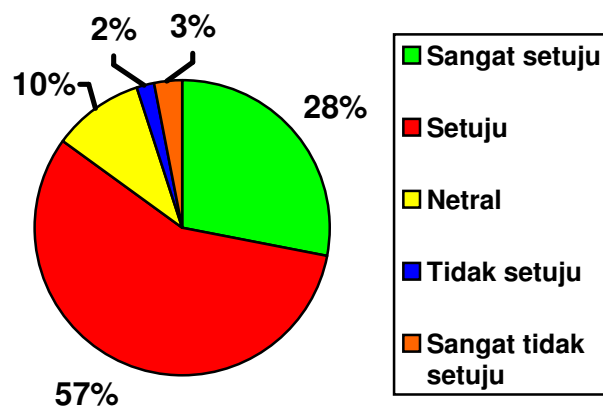


Grafik 5.7. Pemindahan Kantor Pusat Perusahaan Besar Indonesia Ke Surabaya

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti.

Berdasarkan data di atas, dalam usaha untuk menarik perusahaan-perusahaan besar di Indonesia untuk memindahkan kantor pusatnya ke kota Surabaya, sebagian besar responden yang kami tanyai mengatakan setuju hal ini dapat dilihat pada **grafik 5.7** dimana persentase responden yang sangat setuju dan setuju merupakan persentase terbesar. Hal ini menurut mereka dapat meningkatkan image kota Surabaya sebagai kota bisnis. Karena apabila banyak perusahaan-perusahaan besar di Indonesia memindahkan kantor pusatnya ke kota Surabaya, otomatis kegiatan perdagangan di Surabaya sendiri akan meningkat tajam.

- b. Menjadikan kota Surabaya sebagai tempat transit utama di bidang ekspor-impor di kawasan Indonesia.



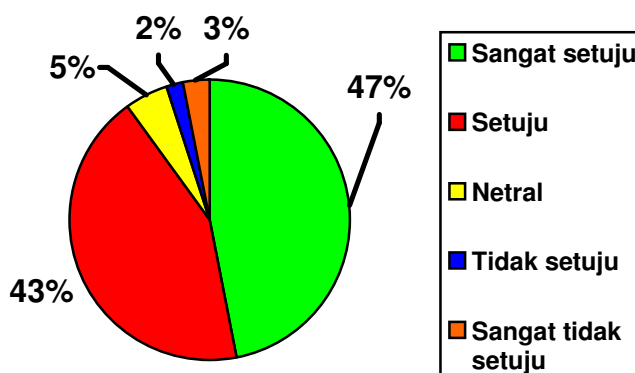
Grafik 5.8. Tempat Transit Utama di Bidang Ekspor-Import di Indonesia

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti.

Berdasarkan data di atas, dalam usaha untuk menjadikan kota Surabaya sebagai tempat transit utama di bidang ekspor-impor di kawasan Indonesia, sebagian besar responden banyak yang mengatakan setuju, ini dapat dilihat dari persentase responden sangat setuju dan setuju yang sangat tinggi pada **grafik 5.8**.

Tempat transit utama ekspor–impor disini maksudnya adalah tempat singgah dimana pada saat perusahaan lokal maupun luar negeri sedang melakukan pengiriman ekspor-impor. Menurut mereka, apabila kota Surabaya ini dijadikan tempat transit utama dalam bidang ekspor-impor, maka akan banyak yang mendirikan perusahaan dan berinvestasi di Surabaya, sehingga lambat laun banyak orang yang akan mengenal kota Surabaya sebagai kota bisnis.

- c. Menjadikan kota Surabaya sebagai tempat teraman dalam berinvestasi di kawasan Indonesia.



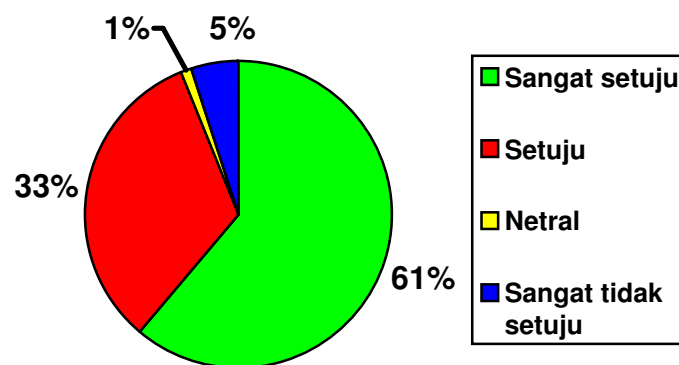
Grafik 5.9. Tempat Teraman Berinvestasi di Indonesia

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti.

Berdasarkan data di atas, dalam usaha untuk menjadikan kota Surabaya sebagai tempat teraman dalam berinvestasi di kawasan Indonesia, sebagian besar responden menyatakan setuju, hasil tersebut dapat dilihat pada **grafik 5.9** dimana jumlah dari responden yang sangat setuju dan setuju merupakan nilai yang tertinggi. Menurut mereka kota Surabaya ini harus bisa mewujudkan tempat teraman dalam berinvestasi secara keseluruhan. Keamanan disini maksudnya adalah tidak ada

kerusuhan, rendahnya penipuan dalam hal investasi, rendahnya tingkat kriminal, dan adanya tindakan pemerintah Surabaya untuk memberantas KKN. Sehingga perusahaan-perusahaan besar asing maupun lokal akan mempercayakan kegiatan bisnisnya di kota Surabaya dan tertarik untuk berinvestasi di Surabaya. Hal ini akan membuat kota Surabaya menjadi dikenal sebagai kota bisnis dengan keamanan berinvestasi.

- d. Menyediakan sarana komunikasi yang lengkap dan modern di kota Surabaya.



Grafik 5.10. Sarana Komunikasi Lengkap dan Modern di Surabaya

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti

Berdasarkan data di atas, dalam usaha untuk menyediakan sarana komunikasi yang lengkap dan modern di kota Surabaya, hampir seluruh responden yang kami tanyai mengatakan setuju, ini dapat dilihat pada hasil responden yang sangat setuju dan tidak setuju pada **grafik 5.10** dimana jumlah totalnya sebesar 94%.



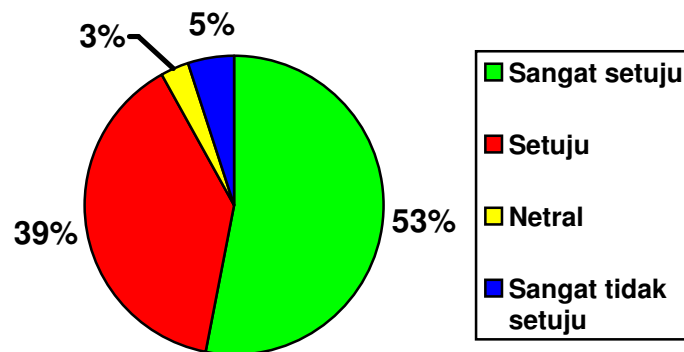
Gambar 5.1.Internet



Gambar 5.2.Handphone

Menurut mereka, sarana komunikasi yang lengkap dan modern adalah tersedianya teknologi internet dengan akses yang cepat dan provider telepon seluler yang canggih, seperti provider telepon seluler yang sudah menggunakan sistem 3G, bahkan ada yang sampai 3,5G , mempunyai teknologi GPS , dengan menggunakan GPS ini kita dapat mengetahui tentang kondisi jalanan di Surabaya dan akses-akses jalan yang ada di Surabaya, sehingga dengan teknologi tersebut dapat membantu mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi-informasi dan dapat mendukung proses kegiatan perdagangan di mana saja. Apabila kota Surabaya ini didukung dengan sarana komunikasi yang lengkap dan modern seperti di atas , maka secara tidak langsung proses perdagangan akan berjalan dengan lebih lancar dan efektif.

- e. Menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dan berpengalaman dalam bidangnya masing-masing.



Grafik 5.11. SDM Berkualitas dan Berpengalaman

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti

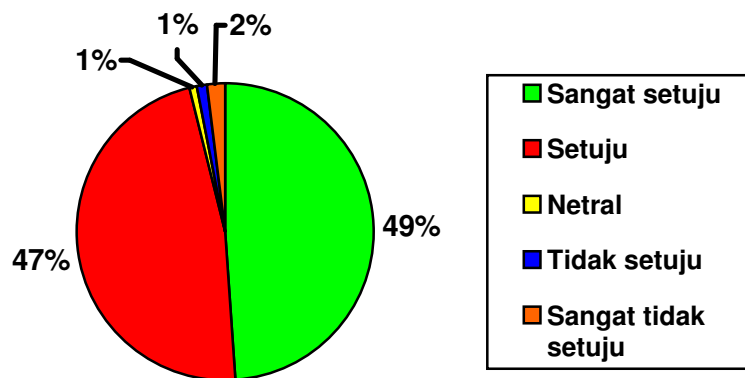
Berdasarkan data di atas, dalam usaha untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dan berpengalaman dalam bidangnya masing-masing, sebanyak hampir seluruh responden yang kami tanyai mengatakan setuju, hal ini dapat dilihat pada **grafik 5.11** dimana persentase nilai responden yang sangat setuju dan setuju merupakan persentase paling besar. Menurut mereka, sumber daya manusia itu sangatlah penting bagi negara dan kota manapun juga, apalagi di jaman globalisasi ini. Sumber daya berkualitas ini mempunyai standart antara lain pintar, kreatif, mampu menguasai bahasa asing (khususnya bahasa Inggris dan bahasa Mandarin) bekerja keras, dan bertanggung jawab.



Gambar 5.3. SDM Berkualitas

Dengan tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas seperti itu di Surabaya akan sangat menunjang kelancaran proses berbisnis, dan dapat menarik orang untuk mendirikan usaha bisnis di Surabaya karena tersedianya sumber daya manusia yang kompeten, sehingga hal tersebut sekaligus dapat meningkatkan kegiatan bisnis di kota Surabaya.

- f. Menyediakan distribution support yang memadai.



Grafik 5.12. Distribution Support Yang Memadai

Sumber : Data hasil penelitian tim peneliti

Berdasarkan data di atas, dalam usaha untuk menyediakan *distribution support* yang memadai, hampir seluruh responden mengatakan setuju hal ini dapat dilihat pada **grafik 5.12** dimana jumlah responden yang sangat setuju dan setuju merupakan responden dengan persentase tertinggi. Menurut mereka, distribusi merupakan salah satu faktor vital dalam menunjang kegiatan bisnis di suatu daerah.



Gambar 5.4. Distribution Support Bandara

Distribusi support yang memadai di sini adalah ketersediaannya sarana dan prasarana seperti pelabuhan yang bertaraf internasional, bandara bertaraf internasional, kompleks pergudangan, jalan bebas hambatan dan berbagai macam ekspedisi baik yang lokal (contoh : Pos Indonesia, Tiki) maupun internasional (contoh : FedEx , DHL).



Gambar 5.5. Distribution Support Jalan Tol

Sebagai contoh dari perwujudan adanya distribusi support yang lancar di Surabaya yaitu kerjasama Unilever dengan DHL pada awal tahun 2007, Unilever memperpanjang kontrak kerjanya dengan salah satu unit usaha DHL yaitu DHL Exel Spully Chain, yang telah mulai mengoperasikan *Synchronized Dispatched Facility*, fasilitas pergudangan dan pusat distribusi Unilever di Surabaya (Surabaya, Marketing, 2007). Selain itu Surabaya juga sedang melakukan pembangunan jembatan Suramadu yang menghubungkan Surabaya dengan Madura (Surabaya, Wikipedia Ensiklopedia Bebas, 2007) , sehingga dengan adanya