

5 Cara Mengidentifikasi Kebutuhan Konsumen

Pastikan Usaha Sosial Anda
Memberi Solusi bagi Pelanggan



Menjual Ide
Memahami Konsumen



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Manuela Natasha Yatasi

TERINSPIRASI DARI:
Queensland Government Website, 2014, Identifying Customer Needs





5 Cara Mengenal Kebutuhan Pelanggan

Memahami benar kebutuhan pelanggan tak selalu mudah, apalagi bagi Anda sebagai wirausahawan sosial. Salah satu tantangan terbesar, selain memberi solusi bagi isu maupun komunitas yang ingin dibantu, Anda juga perlu memikirkan apakah solusi itu juga bisa menjawab kebutuhan pelanggan.

Jika meyakinkan pelanggan untuk membeli produk Anda hanya karena misi, kasihan terhadap komunitas Anda atau karena ingin membantu, takkan membuat Usaha Sosial Anda bertahan lama.

Motivasi pembelian tersebut hanya akan membuat pelanggan menjadi *pity buyer* yang membeli karena rasa ingin membantu. Bukan karena benar-benar butuh produk atau jasa yang Anda tawarkan.

5 CARA MENGETAHUI KEBUTUHAN PELANGGAN

1. Pastikan Anda benar-benar mengerti siapa pelanggan Anda

Cara paling mudah untuk tahu siapa pelanggan Anda adalah dengan menentukan karakter yang Anda bayangkan. Yakni, mereka yang ingin dan butuh produk Anda. Ada beberapa pertanyaan untuk mengidentifikasi target pelanggan Anda:

- **Gender:** Apakah pelanggan Anda terbatas untuk perempuan atau laki-laki saja?
- **Usia:** Apakah terbatas hanya untuk remaja atau orang dewasa?
- **Pekerjaan:** Apa pekerjaan mereka? Dimana biasanya mereka beraktivitas? Seperti apa kehidupan sehari-harinya?
- **Pendapatan & Pengeluaran:** Orang seperti apa yang mampu membeli produk Anda?
- **Area domisili:** Dimana mereka tinggal? Apakah ada batasan jarak yang membatasi mereka untuk membeli produk Anda?
- **Kegiatan rekreasi:** Hal-hal apa yang mereka lakukan di waktu luang?

2. Pahami alasan yang paling memengaruhi mereka dalam membeli kategori produk atau jasa yang Anda tawarkan

Setelah mengidentifikasi siapa pelanggan Anda, sekarang pahami mereka lebih jauh dengan mempelajari mengapa mereka membeli produk yang berkaitan dengan kategori produk atau jasa Usaha Sosial Anda. Beberapa alasan yang mungkin terjadi misalnya:

- Tuntutan pekerjaan
- Kebutuhan keluarga
- Tuntutan anggaran
- Kebutuhan sosial emosional.

3. Pahami bagaimana mereka biasanya berbelanja

Setiap konsumen memiliki pilihan sendiri dalam berbelanja. Ada dua kategori pertimbangan mengenai kebiasaan belanja :

- Belanja *online* (melalui internet/telepon) atau mengunjungi toko
- Berbelanja secara spontan atau memutuskan untuk berbelanja dengan berhati-hati



5 Cara Mengenal Kebutuhan Pelanggan



Salah satu contoh Usaha Sosial yang berhasil menjadi solusi bagi isu sosial, sekaligus menjawab kebutuhan pelanggan adalah Gojek.

Gojek hadir sebagai penyedia transportasi umum berbasis aplikasi. Gojek membantu komunitas pengemudi ojek dalam memenuhi kebutuhan pelanggan melakukan mobilitas di daerah kota besar dengan cepat dan aman.

Gojek menjadi solusi bagi kedua belah pihak. Pertama, bagi komunitas pengemudi ojek untuk meningkatkan pendapatan dan harkat martabat mereka. Kedua, bagi pelanggan dan masyarakat kota yang ingin terhindar macet dengan nyaman.

5 CARA MENGETAHUI KEBUTUHAN PELANGGAN

4. Pahami kebiasaan pengeluaran bulanan mereka

Anda perlu mencari tahu kemampuan finansial dan kebiasaan pengeluaran pelanggan. Tujuannya, agar tahu apakah mereka masih mampu membeli produk Anda dalam jangka panjang. Berikut hal-hal yang bisa Anda coba pelajari dan cari tahu:

- Rata-rata pendapatan bulanan target pelanggan Anda
- Rata-rata pengeluaran bulanan target pelanggan Anda
- Porsi dari pendapatan yang mereka alokasikan untuk kategori produk/jasa yang Anda tawarkan
- Apakah mereka membuat anggaran

5. Cari 100 orang yang bisa menjadi target pelanggan Anda. Pahami kebiasaan mereka dan mintai pendapat tentang Usaha Sosial Anda

Buatlah survei kecil-kecilan tentang mereka dan tentang produk Anda. Tujuannya, untuk benar-benar tahu tentang mereka dan apakah produk Usaha Sosial Anda bisa menjawab kebutuhan mereka. Cari tahu pendapat mereka mengenai:

- Profil dan kebiasaan pelanggan Anda
- Apakah produk Anda menjawab kebutuhan mereka
 - Jika iya, apakah mereka memiliki saran untuk meningkatkan kualitas produk Anda
 - Jika tidak, cari tahu mengapa dan apa yang bisa Anda perbaiki untuk itu