

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian yang ada, kesimpulan ini akan dibagi menjadi dua poin, yaitu mendapatkan hasil analisis minat dan potensi pasar terhadap produk pin dan mendapatkan hasil analisis perlu tidaknya kelengkapan tambahan produk APE berbasis metode Montessori untuk memenuhi kebutuhan PAUD. Kesimpulan dari penelitian riset pasar ini adalah sebagai berikut:

Sesuai dengan tujuan penelitian yang ada, kesimpulan ini akan dibagi menjadi dua poin, yaitu mendapatkan hasil analisis minat, potensi, daya beli pasar terhadap produk APE berbasis metode Montessori untuk menentukan rencana pemasaran dan mendapatkan analisis perlu tidaknya kelengkapan tambahan produk APE berbasis metode Montessori. Kesimpulan dari penelitian riset pasar ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis potensi pasar terhadap produk APE dari berbasis metode Montessori yang ditawarkan adalah potensi pasar kota Semarang dan kota Yogyakarta masih sangat potensial yang ditunjukkan oleh data sekunder dan data primer. Data sekunder dan primer yang mendukung analisis tersebut adalah sebagai berikut:
 - a. Baik kota Semarang maupun kota Yogyakarta keduanya sama-sama memiliki peningkatan jumlah siswa dan jumlah lembaga pendidikan usia dini tiap tahunnya.
 - b. Pada kota Semarang dan kota Yogyakarta memiliki beberapa sekolah yang berbasis metode Montessori.
 - c. Tidak diperlukanya perijinan hak paten untuk membuat APE berbasis metode Montessori.
 - d. Masih sedikitnya kompetitor APE berbasis metode Montessori.
 - e. Sampai saat ini untuk mendapatkan alat Montessori dengan kualitas yang baik masih harus di impor dari luar negeri.

- f. Metode Montessori dan APE berbasis metode Montessori dapat dipadukan dan digunakan pada kurikulum/ metode belajar yang lain.
- g. 93,33% responden dari kota Semarang dan Yogyakarta memiliki ketertarikan untuk membeli produk APE berbasis metode Montessori yang ditawarkan.
- h. Adanya peluang untuk memasarkan produk diluar pemakai metode Montessori.

Hasil analisis minat dan daya beli pasar terhadap produk APE berbasis metode Montessori yang ditawarkan disimpulkan dari data primer hasil kuesioner. Hasil analisis tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Persentase rata-rata responden dari kota Semarang dan Yogyakarta tertarik untuk membeli produk APE berbasis metode Montessori sebesar 93.33%.
- b. Lebih dari 90% responden menyatakan setuju bahwa metode Montessori dapat dikolaborasikan dengan kurikulum/ metode belajar yang lain dan APE berbasis metode Montessori dapat digunakan untuk membantu kegiatan belajar pada kurikulum/ metode belajar yang lain
- c. Harga produk yang diminati responden adalah pada range Rp100.001,00-Rp200.000,00 dengan persentase sekitar 30% pada masing masing kota sedangkan harga produk yang sesuai menurut responden juga ada pada range Rp100.001,00-Rp200.000,00.
- d. Berkenaan dengan bentuk penjualan dari produk APE, responden memiliki kecenderungan untuk memilih produk yang dijual eceran. Hal ini terlihat dari bentuk penjualan secara eceran menempati rangking pertama dalam penjualan yang diminati dan bentuk penjualan yang sesuai menurut responden.

- e. Penilaian responden terhadap sampel produk yang diberikan dan kriteria yang ditanyakan lebih dari 90% responden menilai baik dan sangat baik pada masing-masing kriteria.
2. Hasil analisis perlu tidaknya kelengkapan tambahan produk APE berbasis metode Montessori untuk memenuhi kebutuhan pasar adalah sebagai berikut:
 - a. Sebesar 80,48% pendapat responden menilai perlu adanya kelengkapan buku panduan pada produk APE yang ditawarkan.
 - b. Sebesar 74,29% responden juga menyatakan setuju dan memerlukan akan adanya kelengkapan katalog pada produk APE yang ditawarkan
 - c. Perlu adanya tambahan *feature* pada kemasan seperti nama produk, gambar produk, dan cover plastik.

6.2. Saran

Saran yang dapat diberikan setelah dilakukan penelitian riset pasar adalah memproduksi produk APE berbasis metode Montessori untuk target *customer* yang sudah ditentukan sesuai dengan minat pasar dan pengembangan produk yang diinginkan pasar. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan perluasan ruang lingkup penelitian. Target *customer* pada penelitian riset pasar ini, hanya di kota Semarang dan kota Yogyakarta. Daerah lain yang merupakan pasar potensial dapat dimasukkan sebagai target customer atau responden sebagai wujud memperluas ruang lingkup riset. Pada penelitian selanjutnya perlu fokus di *product promotion* untuk mendapatkan pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

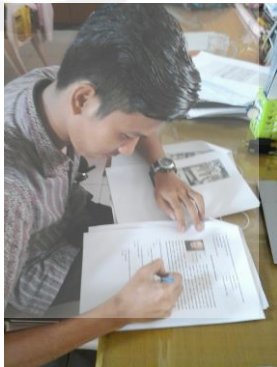
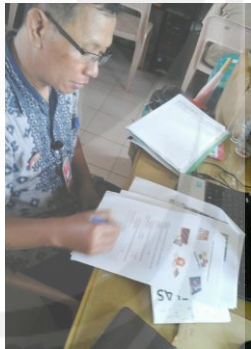
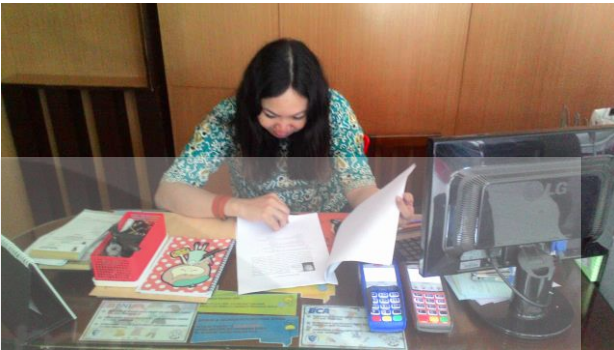
- Asshiddieqi, Fuad. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro
- Asyhar. R. (2012). Kreatif Mengembangkan Media Pembelajaran. Jakarta: PT Referensi.
- Churchill. Gilbert A. 2005. "Dasar-Dasar Riset Pemasaran". Edisi 4. Jilid I. Alih Bahasa Oleh Andriani. Dkk. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Dempsey, Patricia Ann dan Dempsey, Arthur D. (2002) Riset : Buku Ajar dan Latihan (Alih Bahasa : Palupi Widyastuti). Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Doman. Don. Dell Dennison. and Margaret Doman. 2002. *Market Research Made Easy. Edisi 2*. International Self-Council Press Ltd.. Canada
- Donald Ary *et.all.* (1982). *Introduction to Research in Education*. diterjemahkan oleh Arif Furqan dengan judul Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan. (Surabaya : Usaha Nasional, 1982).
- Gutek. G. L. (2013). Metode Montessori: Panduan Wajib untuk Guru dan Orangtua Didik PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini). (A. L. Lazuardi. Penerj.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hainstock. E. G. (1997). The essential Montessori. USA: Penguin Books.
- Harsila, Mila, 2010, Hubungan Pengetahuan Ibu Tentang Alat Permainan Edukatif (APE) dengan Pemberian APE pada Anak Usia 4-6 Tahun di TK Srirande 02 Kecamatan Deket Kabupaten Lamongan, STIKES Muhammadiyah Lamongan
- Holt. H. (2008). The Absorbent Mind: Pikiran Yang Mudah Menyerap. (Dariyatno. Penerj.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Istijanto. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia. 2005.
- Johnson. E. B. (2010). Contextual Teaching & Learning: Menjadikan Kegiatan Belajar-Mengajar Mengasyikkan dan Bermakna. (I. Setiawan. Penerj.) Bandung: Kaifa.
- Lillard. A. S. (2005). Montessori: The Science Behind The Genius. New York: Oxford University Press.
- Lillard, P. P. (1996). *Montessori today : A comprehensive approach to education from birth to adulthood*. New York: Schocken Books.
- Magini. A. P. (2013). Sejarah Pendekatan Montessori. Yogyakarta: Kanisius.
- Malhotra. Naresh K.. Imad B. Baalbaki. and Nada Nase Bechwati. 2013. Marketing Research. Arab World Edition. Pearson Education Ltd. England

- McCarthy, E. Jerome. (1993). *Basic Marketing Amanagement Approach*. Boston :Richard D Irwin Inc.
- Meggitt. C. (2012). *Understand Child Development: Memahami Perkembangan Anak*. (Theodora. Penerj.) Jakarta. PT Indeks.
- Montessori. M. (2002). *The Montessori Method*. New York: Frederick A. Stokes Company.
- Nayatani. Yoshinobu. Eiga. Toru. Futami. Ryoji. Miyagawa. Hiroyuki. and Loftus. John. (1994). *The Seven New QC Tools: Practical Applications for Managers*. Tokyo : 3A Corporation.
- Rohiat. (2010). *Manajemen Sekolah-Teori Dasar dan Praktik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siregar. E. & Nara. H. (2011). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Sudono. A. (2010). *Sumber Belajar dan Alat Permainan (untuk pendidikan anak usia dini)*. Jakarta: PT Grasindo.
- Suharso & Retnoningsih. A. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya.
- Sunarta. 2007. *Riset Pemasaran*. Diktat Mata Kuliah pada Program Studi Pemasaran Diploma3. Jurusan Manajemen FISE. Universitas Negeri Yogyakarta
- Sundayana. R. (2014). *Media dan Alat Peraga dalam Pembelajaran Matematika untuk Guru. Calon Guru. Orang Tua. dan Para Pecinta Matematika*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. CAPS. Yogyakarta.
- Suparno. P. (2001). *Teori Perkembangan Kognitif Jean Piaget*. Yogyakarta: Kanisius.
- Supranto. J. (2001). *Pengukuran Tingkat untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Penerbit : PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Susanto. A. (2013). *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta. Kencana.
- Trianto. (2010). *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif-Progresif : Konsep. Landasan. dan Implementasinya pada Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)*. Jakarta: Kencana.
- Yusuf. S. (2009). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Yusuf. S. & Sugandhi. N. (2011). *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT Raja



LAMPIRAN

Lampiran 2 Foto Pengambilan Kuesioner



Lampiran 3 Foto Prototipe Awal



Lampiran 4 Foto Produk Sample

