

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Bermain merupakan kebutuhan dasar seorang anak yang harus dipenuhi. Dengan bermain anak mendapat kesempatan untuk mengeksplorasi dan mengembangkan imajinasinya. Kegiatan bermain dapat menjadi sarana belajar untuk anak dan juga dapat menjadi kesempatan bagi orangtua untuk mengajar dan membimbing anak dalam banyak hal. Keluarga merupakan tempat dimana anak dididik pertama kali, maka dari itu orangtua diharapkan dapat memberikan permainan-permainan yang dapat menjadi media pembelajaran untuk anak.

Kegiatan bermain menurut Rubin, Fein dan Vandenberg (1983) serta Smilansky (1968) dalam Tedjasaputra (2005:28) dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa tahapan perkembangan bermain kognitif. *Functional play* dapat terlihat pada anak dengan usia 1-2 tahun. *Functional play* terdiri dari gerakan sederhana yang berulang-ulang. Dalam *functional play* dapat dilakukan dengan alat permainan atau dapat tanpa menggunakan alat permainan. Contoh dari *functional play* yaitu anak dapat berlari-lari, mendorong dan menarik mobil-mobilan, membuat bentuk tertentu dari lilin atau tanah liat. *Constructive play* dapat terlihat pada anak dengan usia 3-6 tahun. Pada tahap ini anak mampu membentuk atau membangun sesuatu dengan menggunakan alat-alat yang tersedia. Contoh dari *constructive play* adalah membuat bangunan dengan menggunakan balok kayu atau potongan lego, menggambar, dan menyusun kepingan gambar. Tahap *make-believe play* dapat dijumpai pada anak usia 3-7 tahun. Dalam tahap *make-believe play* anak menirukan orang-orang yang dijumpai dalam kesehariannya atau anak melakukan peran imajinatif tentang tokoh yang dikenalnya. Misalnya anak dapat bermain rumah-rumahan, polisi, dan penjahat. Pada tahap *game with rules*, banyak dijumpai pada anak usia 6-11 tahun. Pada tahap ini anak sudah mampu memahami serta mematuhi peraturan permainan. Anak dalam memahami peraturan permainan pada awalnya diajarkan oleh orang lain. Contoh dari tahap ini adalah anak mampu bermain gobak sodor, kasti, dan monopoli.

Pada tahun 2014, Unicef dan Keminfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika) telah melakukan survei tentang penggunaan gadget *smartphone* di Indonesia. Sebanyak 79,5% bahwa pengguna *smartphone* adalah remaja dan anak-anak. Dari tahun ketahun terdapat peningkatan jumlah pengguna gadget di kalangan remaja dan anak-anak. Gadget jenis ini bukan menjadi barang mewah lagi di Indonesia yang berarti seluruh lapisan ekonomi mampu membelinya. Terdapat fitur-fitur yang menarik sehingga meningkatkan popularitas gadget di kalangan anak-anak dan remaja. Gadget sudah menjadi media permainan yang digunakan oleh anak. Tidak sedikit anak yang sudah kecanduan bermain gadget. Terkadang gadget pun menjadi solusi instan bagi orang tua saat menghadapi anak yang rewel.

Penggunaan gadget pada anak memiliki dampak positif dan negatif. Penelitian dari *The American Academy of Pediatrics and The Canadian Society of Pediatrics* menyimpulkan bahwa anak dibawah usia 12 tahun sebaiknya tidak bermain bermain gadget. Penggunaan teknologi yang berlebihan menyebabkan anak berpotensi mengalami depresi, kecemasan, kurang konsentrasi, autisme, bipolar, anti sosial, dan perilaku bermasalah lainnya. Penggunaan gadget yang berlebihan juga berbahaya bagi kesehatan karena anak terpapar radiasi. Edukasi yang berasal dari gadget tidak akan bertahan lama dalam ingatan anak-anak sehingga penggunaan gadget perlu dibatasi.

Masa kanak-kanak merupakan masa yang paling baik untuk pembentukan karakter dan melatih perkembangan otak anak. *Board game* diharapkan dapat menjadi salah satu permainan edukatif untuk anak sehingga anak tidak bergantung pada gadget sebagai media permainan. Di Indonesia *board game* dikenal dengan sebutan permainan papan. *Board game* merupakan permainan lintas usia yang berarti *board game* tidak hanya dapat dimainkan oleh anak-anak melainkan orang dewasa pun dapat memainkannya.

*Board game* merupakan permainan dengan menggunakan media papan. *Board game* sudah dimainkan sejak 3.500 tahun sebelum Masehi di peradaban Mesir kuno. *Board game* terus berkembang sampai dengan saat ini. *Board game* telah berkembang dan menyebar ke berbagai negara. Contoh *board game* yang terkenal di dunia seperti catur, halma, ludo, dan monopoli.

Nilai edukasi dari permainan *board games* telah dimengerti sejak zaman dahulu. Sebagai contoh, sejarah China menyatakan bahwa permainan *Go*, yang dikenal dengan sebutan *Weiqi*, oleh Kaisar Shun (2244-2206 SM) dijadikan cara untuk meningkatkan kecerdasan anaknya Shokin. Mancala telah dilihat oleh banyak suku di Afrika sebagai salah satu cara untuk menguji kesiapan anak untuk memikul tanggung jawab kedewasaannya. *Board game* yang lebih moderen juga memiliki nilai edukasi. Sebagai contoh *Snakes and Ladders* atau Ular Tangga yang muncul pada awal abad ke 19 dapat mengajarkan anak dalam berhitung dan mengerti konsep keberuntungan. *Board game Risk* mengajarkan anak untuk mengasah kemampuan anak dalam menyusun strategi. *Candyland* dapat mengajarkan anak untuk menyusun strategi dan konsep memindahkan pion dari awal menuju akhir untuk dapat menjadi pemenang (Hinebaugh, 2009).

Rasa senang yang timbul dari bermain *board game* akan membuat permainan ini dapat menjadi suatu alat edukasi yang efektif. Konsep menggunakan *board game* sebagai alat edukasi anak bukanlah suatu hal yang baru. Di beberapa negara *board game* digunakan dalam dunia pendidikan dan dimasukkan dalam kurikulum pendidikan. Sebagai contoh di Rusia dan Inggris memasukkan *Checkers* dalam kurikulum di SD dan SMP, Jepang memasukkan permainan *Go* dalam kurikulum pembelajaran di sekolah, 40 negara lainnya memasukkan permainan Catur dalam kurikulum, dan Amerika menggunakan banyak variasi *board game* dalam kurikulum pendidikan di sekolah. Hasil yang didapat dengan memasukkan *board game* dalam kurikulum menunjukkan hasil yang positif. Bermain *board game* ternyata meningkatkan kemampuan berpikir kritis, pemecahan masalah, analisis, penalaran, perencanaan, dan kemampuan komunikasi anak-anak. Menggunakan *board game* sebagai bagian dalam kurikulum juga menghasilkan nilai yang lebih tinggi dalam pelajaran matematika dan *science*. Dalam performansi tes berpikir kritis, kemampuan kognitif, dan berpikir kreatif juga mengalami peningkatan (Hinebaugh, 2009).

Industri kreatif merupakan suatu kegiatan usaha yang berfokus pada kreasi dan inovasi. Potensi bisnis di bidang industri kreatif masih terbuka luas untuk digarap pelaku usaha di Indonesia. Industri kreatif dalam industri kecil dan menengah (IKM) memiliki peran strategis karena mampu memberikan sumbangan dalam

perekonomian nasional. Kementerian perindustrian mengemukakan pada tahun 2013 terdapat 3,9 juta IKM yang menyerap tenaga kerja sebanyak 10,3 juta orang serta memberikan kontribusi terhadap nilai ekspor sebesar USD 19.579 juta. Kementerian Perdagangan membagi industri kreatif menjadi 14 sub-sektor industri kreatif. Terdapat 14 sub-sektor industri kreatif yaitu arsitektur, desain, *fashion*, kerajinan, penerbitan dan percetakan, televisi dan radio, musik, film video dan fotografi, periklanan, layanan komputer dan piranti lunak, pasar dan barang seni, seni pertunjukan, riset dan pengembangan, dan permainan interaktif. *Board game* merupakan salah satu komoditas sub-sektor permainan interaktif.

*Board game* dapat dimainkan dalam keluarga sebagai sarana permainan edukasi anak. *Board game* dapat dikembangkan sebagai sebuah industri untuk dapat menghadirkan permainan yang berkualitas. *Board game* mampu menggabungkan kegiatan bermain, belajar, dan berkomunikasi dalam satu media permainan.

Dilihat dari permasalahan tersebut, *board game* dapat menjadi suatu peluang usaha untuk membuka bisnis produk kreatif. Pada bidang pemasaran, analisis konjoin digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen akan sebuah produk baru. Riset ini dilakukan untuk mengetahui atribut/faktor produk *board game* yang diinginkan oleh konsumen sehingga produk *board game* yang nantinya ditawarkan akan diminati oleh pasar.

Riset pasar merupakan metode yang dapat digunakan untuk mengetahui gambaran pemasaran dari suatu usaha baru, produk baru, serta produk yang telah ada sebelumnya. Riset pasar dapat digunakan untuk membantu pihak manajemen perusahaan dalam membuat keputusan (Malhotra, 2005).

Riset pasar yang dilakukan dapat membantu produsen mengetahui seberapa besar minat pasar terhadap produk *board game*. Ketidaktahuan mengenai minat, kondisi, serta potensi pasar dapat diketahui dengan riset pasar. Dengan mengetahui minat serta potensi pasar terhadap produk yang ditawarkan, akan mengurangi resiko produk tidak laku jual di pasaran.

Dengan menggunakan metode riset pasar diharapkan dapat diketahui bagaimana potensi pasar, penjualan produk, kondisi persaingan dengan kompetitor, harga jual produk, serta jenis permainan yang diminati oleh konsumen.

## 1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa kombinasi atribut produk *board game* yang diminati oleh konsumen dan bagaimana potensi, minat pasar, serta daya beli konsumen terhadap *board game* sebagai produk permainan edukasi anak usia 7-14 tahun yang akan dijadikan suatu usaha baru.

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Memperoleh hasil kombinasi atribut produk *board game* yang diminati konsumen.
- b. Memperoleh hasil analisis potensi, minat pasar, dan daya beli konsumen terhadap produk *board game* dalam menentukan rencana pemasaran.

## 1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Penelitian riset pasar menggunakan lembar kerja sebagai alat bantu serta panduan dalam mengarahkan serta mempermudah proses riset (Doman, 2002)
- b. Analisis data riset pasar difokuskan pada minat, potensi, dan daya beli pasar saat ini terhadap produk *board game*.
- c. Survei dilakukan pada konsumen di Yogyakarta sebagai responden penelitian.