

**RISET PASAR PRODUK PIN MAGNET SEBAGAI ALAT
PERMAINAN EDUKATIF DALAM LINGKUP
PERKEMBANGAN KOGNITIF BAGI PENDIDIKAN ANAK
USIA DINI**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



CHARLES DE FOUCOULD PRADANA SWANDARU

12 16 07174

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul
**RISET PASAR PRODUK PIN MAGNET SEBAGAI ALAT PERMAINAN
EDUKATIF DALAM LINGKUP PERKEMBANGAN KOGNITIF BAGI
PENDIDIKAN ANAK USIA DINI**

yang disusun oleh

Charles de Foucould Pradana Swandaru

12 16 07174

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 3 Juli 2014

Dosen Pembimbing,



T. B. Hanandoko, S.T., M.T.

Tim Penguji,

Penguji 1,



T. B. Hanandoko, S.T., M.T.

Penguji 2,



V. Ariyono, S.T., M.T.

Penguji 3,



Tonny Yuniarto, S.T., M.T.

Yogyakarta, 3 Juli 2014

Universitas Atma Jaya Yogyakarta,

Fakultas Teknologi Industri,

Dekan,


FAKULTAS
TEKNOLOGI INDUSTRI

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Charles de Foucould Pradana Swandaru

NPM : 12 16 07174

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “Riset Pasar Produk Pin Magnet sebagai Alat Permainan Edukatif dalam Lingkup Perkembangan Kognitif bagi Pendidikan Anak Usia Dini” merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2013/2014 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 18 Juni 2014

Yang menyatakan,



Charles de Foucould Pradana Swandaru

HALAMAN PERSEMBAHAN

Balada mahasiswa ekstensi

Berjuang meraih nilai, demi masa depan

Balada mahasiswa ekstensi

Bergulat kembali dengan tugas dan laporan

Tenggelam dalam layar laptop dari fajar hingga dini hari

Kami mahasiswa ekstensi, tinggalkan bangku jabatan, mengejar gelar, meraih ilmu

Kami mahasiswa ekstensi, berjuang melawan rindu pada mereka di seberang

Yang berdoa lewat cinta dan setia

Untuk kalian, ATMI JAYA..

Belajar itu soal aktualisasi diri, bukan semata gengsi

Kepada kalian, Indonesia percaya :)

(13.12.13 oleh Initial "A")

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan baik dan lancar. Laporan Tugas Akhir ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

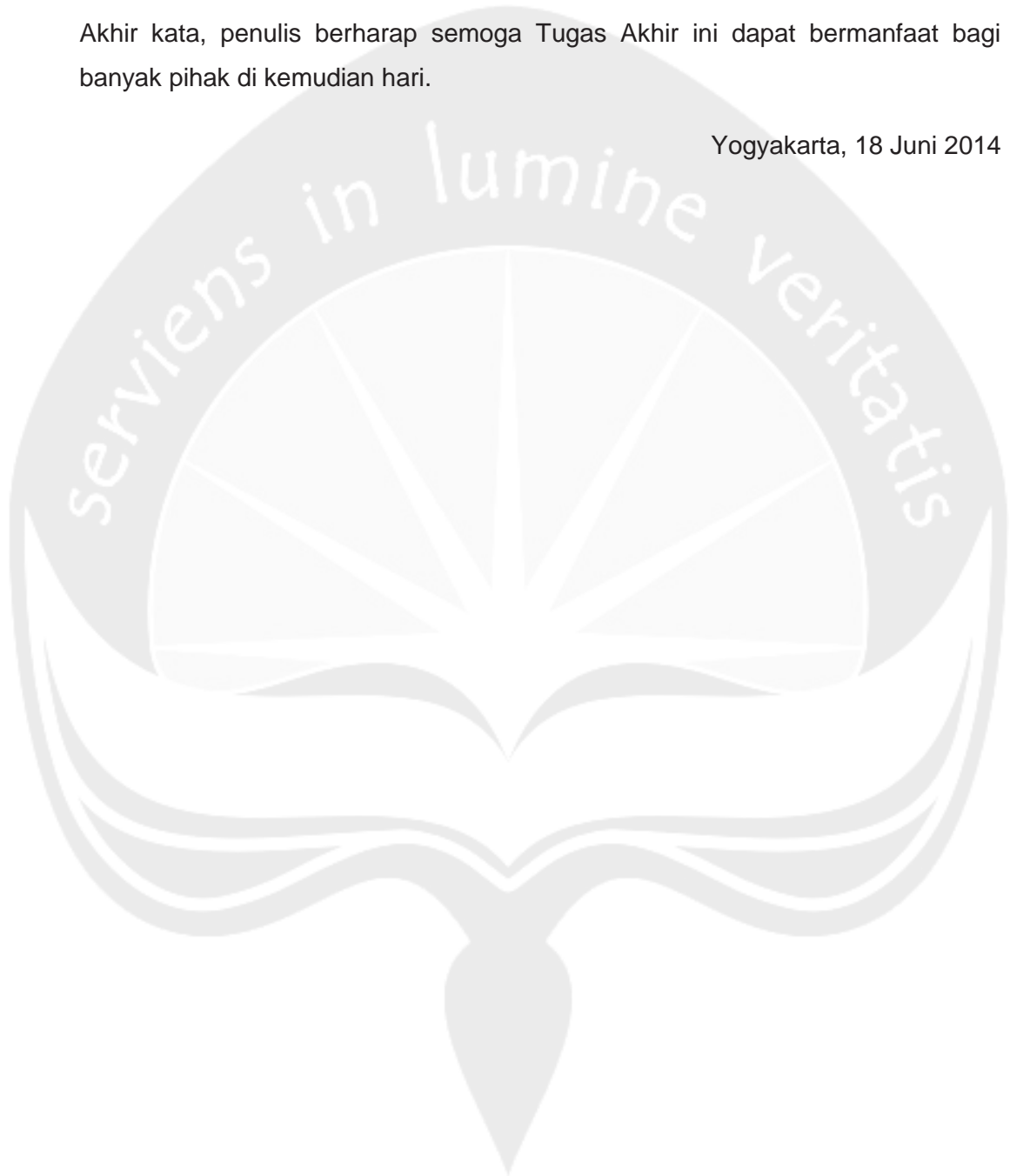
Pada kesempatan ini dengan segenap kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Yosef Daryanto, S.T., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Paulus Wisnu Anggoro, S.T., M.T., selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri S1 UAJY ATMI.
4. Bapak T. B. Hanandoko, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing yang dengan sangat sabar telah meluangkan waktu dan pikiran demi membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Dosen dan karyawan Fakultas Teknologi Industri khususnya untuk program studi Teknik Industri yang selalu memberikan pelayanan dan bimbingan kepada penulis selama ini.
6. Faizol Alhadid selaku pemilik usaha "*Spinonase*" atas setiap waktu, kesempatan, informasi, pemikiran, dan kerja sama yang diberikan selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
7. Keluargaku tercinta Bapak, Ibu, Adek dan Keshia Meytania Wisnuwardani yang selalu sabar, memberikan dukungan, doa, dan cinta kasih selama proses pengerjaan tugas akhir.
8. Teman-teman satu perjuangan, Bernadus Sukma, Ridho Budi Juniarso, Gigih Anggoro Jati, Daniel Wahyu Perbawa, Andreas Twistiaji, Kristian Dwiputra, Teodosius Rizky, Veronika Daru Saptari terima kasih atas setiap bantuan, dukungan, semangat, dan kekompakan kita selama ini.

9. Teman-teman satu bimbingan dan teman-teman satu angkatan, terima kasih atas dukungan, semangat, dan kekompakan kita selama ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namun telah banyak membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak di kemudian hari.

Yogyakarta, 18 Juni 2014



DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Halaman Persembahan	iv
	Kata Pengantar	v
	Daftar Isi	vi
	Daftar Tabel	ix
	Daftar Gambar	xi
	Intisari	xv
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Perumusan Masalah	3
	1.3. Tujuan Penelitian	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Dasar Teori	5
	2.2.1. Pengertian Riset Pasar	5
	2.2.2. Peran dan Fungsi Riset Pasar	6
	2.2.3. Tujuan Riset Pasar	6
	2.2.4. Klasifikasi Riset Pasar	7
	2.2.5. Prosedur Riset Pasar	7
	2.2.6. Sumber Data Riset Pasar	13

2.2.7. Demografi dan Psikografi	15
2.2.8. Lembar Kerja	15
2.2.9. Kuesioner	21
2.2.10. Makna Tanggapan Responden	21
2.2.11. <i>Fishbone Diagram</i>	22
2.2.12. <i>The New Seven Quality Control Tools</i>	24
3 Metodologi	
3.1. Identifikasi Masalah	29
3.2. Studi Pustaka	30
3.3. Studi Lapangan	30
3.4. <i>Brainstorming</i>	30
3.5. Menetapkan Target Customer	30
3.6. Menetapkan Hipotesis	30
3.7. Menyusun Pertanyaan Dasar	31
3.8. Pencarian Data Sekunder	31
3.9. Menyusun Pertanyaan Tambahan	31
3.10. Memeriksa Hipotesis	31
3.11. Penjabaran Kompetensi	31
3.12. Penjabaran Kompetisi	32
3.13. Penyusunan Kuesioner	32
3.14. Penyebaran Kuesioner	32
3.15. Analisis Data	32
3.16. Kesimpulan	32
4 Data	
4.1. Data Statistik Demografi	33
4.2. Informasi Legal	35

4.3. Data Alamat dan Nomor Telepon	36
4.4. Spesifikasi dan Harga	37
4.5. Proses <i>Brainstorming</i>	40
5 Analisis Data dan Pembahasan	
5.1. Perancangan kuesioner	44
5.2. Penentuan Responden dan Penyebaran Kuesioner	55
5.3. Hasil Kuesioner dan Pembahasan	61
5.4. Analisis Hasil Kuesioner	105
5.3. Pengujian Hipotesis	109
6 Kesimpulan dan Saran	
6.1. Kesimpulan	110
6.2. Saran	111
Daftar Pustaka	113

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan Riset Identifikasi Masalah dan Riset Mengatasi Masalah	7
Tabel 2.2. Perbedaan Data Kualitatif dan Data Kuantitatif	14
Tabel 4.1. Kepadatan Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta 2007-2012	33
Tabel 4.2. Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Kota Yogyakarta 2012	33
Tabel 4.3. Proyeksi Penduduk Menurut Kelompok Umur Tertentu dan Jenis Kelamin DI Yogyakarta Tahun 2005-2015 (x1000)	34
Tabel 4.4. Banyak Taman Kanak-kanak, Kelas, dan Murid menurut Kecamatan Kota Yogyakarta 2012	34
Tabel 4.5. Rekapitulasi Data Pokok Pendidikan PAUDNI (Tahun Pendataan 2013)	35
Tabel 4.6. Rekapitulasi Data PAUDNI Kota Yogyakarta (Tahun Pendataan 2013)	35
Tabel 4.7. Rekapitulasi Data PAUDNI DI Yogyakarta (Tahun Pendataan 2013)	36
Tabel 4.8. Data Alamat dan Nomor Telepon Kompetitor	36
Tabel 4.9. Data Alamat dan Nomor Telepon Dinas Terkait	37
Tabel 4.10. Spesifikasi dan Harga Produk APE Kompetitor	37
Tabel 4.11. Spesifikasi dan Harga Bahan Baku Pin Magnet	39
Tabel 4.12. <i>Brainstorming</i> dengan Pemilik	40
Tabel 4.13. <i>Brainstorming</i> dengan Pemilik, Produsen APE, dan Pendidik PAUD	41
Tabel 5.1. Perbandingan Banyaknya TK, KB, dan TPA Kota Yogyakarta	56
Tabel 5.2. Sebaran TK, KB, dan TPA Kota Yogyakarta	56

Tabel 5.3. Daftar TK, KB, dan TPA Kota Yogyakarta sebagai Subyek Sampel Final	57
Tabel 5.4. Perbandingan Sebaran Awal dan Final Subyek Sampel TK, KB, dan TPA Kota Yogyakarta	60
Tabel 5.5. Frekuensi <i>Ranking</i> Kriteria Pemilihadn Produk APE	72
Tabel 5.6. Prioritas Kriteria Pemilihan Produk APE	73
Tabel 5.7. Alasan Perlunya Orang Tua Anak Usia Dini Memiliki APE di Rumah	74
Tabel 5.8. Lokasi Produk APE dari Pin Magnet yang Pernah Dilihat	80
Tabel 5.9. Alasan Responden Tertarik Membeli Produk APE dari Pin Magnet yang Ditawarkan	81
Tabel 5.10. Alasan Responden Tidak Tertarik Membeli Produk APE dari Pin Magnet yang Ditawarkan	86
Tabel 5.11. Frekuensi <i>Ranking</i> Modul Pembelajaran yang Cocok dengan Produk APE yang Ditawarkan	89
Tabel 5.12. Prioritas Modul Pembelajaran yang Cocok dengan Produk APE yang Ditawarkan	89
Tabel 5.13. Alat Bantu yang Dapat Digunakan Bersama Produk APE yang Ditawarkan	90
Tabel 5.14. Frekuensi <i>Ranking</i> Modul dalam Paket Penjualan Produk APE yang Ditawarkan	96
Tabel 5.15. Prioritas Modul dalam Paket Penjualan Produk APE yang Ditawarkan	97
Tabel 5.16. Keterkaitan Paket Penjualan, Harga, dan Target Usia Produk APE yang Ditawarkan	97
Tabel 5.17. Frekuensi <i>Ranking</i> Keunggulan Produk APE	98
Tabel 5.18. Prioritas Keunggulan Produk APE yang Ditawarkan	98
Tabel 5.19. Saran Responden untuk Produk yang Ditawarkan	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Lembar Kerja 1	16
Gambar 2.2. Lembar Kerja 2	17
Gambar 2.3. Lembar Kerja 3	17
Gambar 2.4. Lembar Kerja 4	18
Gambar 2.5. Lembar Kerja 5	19
Gambar 2.6. Lembar Kerja 6	20
Gambar 2.7. Lembar Kerja 7	20
Gambar 2.8. Lembar Kerja 8	20
Gambar 2.9. Contoh <i>Fishbone Diagram</i>	24
Gambar 3.1. Tahapan Metodologi Penelitian	27
Gambar 5.1. Lembar Kerja 1	46
Gambar 5.2. Lembar Kerja 2	47
Gambar 5.3. Lembar Kerja 3	48
Gambar 5.4. Lembar Kerja 4	49
Gambar 5.5. Lembar Kerja 5	51
Gambar 5.6. Lembar Kerja 6	52
Gambar 5.7. Lembar Kerja 7	53
Gambar 5.8. Lembar Kerja 8.1.	53
Gambar 5.9. Lembar Kerja 8.2.	54
Gambar 5.10. Lembar Kerja 8.3.	54
Gambar 5.11. Lembar Kerja 8.4.	54
Gambar 5.12. <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden	62
Gambar 5.13. <i>Pie Chart</i> Usia Responden	62
Gambar 5.14. <i>Pie Chart</i> Pekerjaan Responden	62
Gambar 5.15. <i>Pie Chart</i> Pengetahuan Responden tentang APE Pengenalan Bentuk, Warna, Huruf, dan Bilangan	63

Gambar 5.16. Contoh Produk APE Pengenalan Bentuk, Warna, Huruf, dan Bilangan yang Ada di Pasaran	64
Gambar 5.17. <i>Bar Chart</i> Lingkup Perkembangan Anak yang Menjadi Sasaran APE pada Gambar 5.16. Menurut Responden TK	64
Gambar 5.18. <i>Bar Chart</i> Lingkup Perkembangan Anak yang Menjadi Sasaran APE pada Gambar 5.16. Menurut Responden KB	65
Gambar 5.19. <i>Bar Chart</i> Lingkup Perkembangan Anak yang Menjadi Sasaran APE pada Gambar 5.16. Menurut Responden TPA	66
Gambar 5.20. <i>Bar Chart</i> Sumber Informasi TK Mengenai Produk APE yang Ada di Pasaran	67
Gambar 5.21. <i>Bar Chart</i> Sumber Informasi KB Mengenai Produk APE yang Ada di Pasaran	67
Gambar 5.22. <i>Bar Chart</i> Sumber Informasi TPA Mengenai Produk APE yang Ada di Pasaran	68
Gambar 5.23. <i>Bar Chart</i> Media Penjualan yang Biasa Diakses Responden TK	68
Gambar 5.24. <i>Bar Chart</i> Media Penjualan yang Biasa Diakses Responden KB	69
Gambar 5.25. <i>Bar Chart</i> Media Penjualan yang Biasa Diakses Responden TPA	69
Gambar 5.26. <i>Bar Chart</i> Harga Produk APE yang Pernah Dilihat/Dibeli Responden TK	71
Gambar 5.27. <i>Bar Chart</i> Harga Produk APE yang Pernah Dilihat/Dibeli Responden KB	71
Gambar 5.28. <i>Bar Chart</i> Harga Produk APE yang Pernah Dilihat/Dibeli Responden TPA	71
Gambar 5.29. <i>Pie Chart</i> Pendapat Mengenai Perlu Tidaknya Orang Tua Anak Usia Dini Memiliki APE di Rumah	74

Gambar 5.30. Diagram Affinitas Alasan Perlunya Orang Tua Anak Usia Dini Memiliki APE di Rumah	78
Gambar 5.31. <i>Bar Chart</i> Prioritas Kelompok Alasan Perlunya Orang Tua Anak Usia Dini Memiliki APE di Rumah	78
Gambar 5.32. Contoh Produk APE yang Terbuat dari Pin Magnet	79
Gambar 5.33. <i>Column Chart</i> Perbandingan Responden yang Belum dan Pernah Melihat Produk APE dari Pin Magnet	80
Gambar 5.34. <i>Column Chart</i> Perbandingan Ketertarikan Responden untuk Membeli Produk APE dari Pin Magnet	81
Gambar 5.35. Diagram Affinitas Alasan Responden Tertarik Membeli Produk APE yang Ditawarkan	84
Gambar 5.36. <i>Bar Chart</i> Prioritas Kelompok Alasan Responden Tertarik Membeli Produk APE yang Ditawarkan	85
Gambar 5.37. <i>Fishbone Diagram</i> Alasan Responden Tidak Tertarik Membeli Produk APE dari Pin Magnet yang Ditawarkan	86
Gambar 5.38. <i>Column Chart</i> Perbandingan Pendapat Responden bahwa Produk APE dari Pin Magnet dapat Membantu Anak dalam Lingkup Perkembangan Kognitif dan Bahasa atau Tidak	87
Gambar 5.39. <i>Bar Chart</i> Usia yang Cocok untuk Produk APE dari Pin Magnet Menurut Responden Lembaga PAUD (TK-KB-TPA)	88
Gambar 5.40. Diagram Affinitas Ide Alat Bantu yang Dapat Digunakan Bersama Produk APE yang Ditawarkan	94
Gambar 5.41. <i>Bar Chart</i> Prioritas Kelompok Ide Alat Bantu yang Dapat Digunakan Bersama Produk APE yang Ditawarkan	94
Gambar 5.42. Diagram Affinitas Ide Varian/Jenis Papan Tempel	95
Gambar 5.43. <i>Bar Chart</i> Prioritas Kelompok Ide Varian/Jenis Papan Tempel	95

Gambar 5.44. <i>Pie Chart</i> Harga Produk APE dari Pin Magnet yang Sesuai Menurut Responden Lembaga PAUD (TK-KB-TPA)	96
Gambar 5.45. Diagram Affinitas Saran dan Masukan Responden	104
Gambar 5.46. <i>Bar Chart</i> Prioritas Saran dan Masukan Responden	105
Gambar 5.47. <i>Column Chart</i> Hubungan Harga Produk APE yang Pernah Dilihat/Dibeli dengan Harga yang Sesuai untuk Produk yang Ditawarkan	107



INTISARI

Usaha pembuatan pin “*Spinonase*” merupakan salah satu pelaku usaha di bidang kerajinan pin. Produksi pembuatan pin ini dilakukan berdasarkan order yang masuk. Frekuensi order yang masuk dan kuantitas produksi untuk tiap ordernya tidak menentu dalam periode satu bulan. Hal tersebut disebabkan oleh karakteristik produk pin yang hanya sering digunakan sebagai *souvenir event* atau sarana promosi. Bersumber dari permasalahan tersebut, pemilik berencana menginovasi produk pin agar diterima pasar kemudian memproduksi pin secara regular atau konsisten agar penghasilan tiap bulan lebih stabil. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, pemilik bermaksud mengubah fungsi produk pin yang semula sebagai *souvenir event* atau sarana promosi menjadi Alat Permainan Edukatif (APE) dalam lingkup perkembangan kognitif bagi Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD). Pemilik membutuhkan adanya riset pasar untuk menilai seberapa besar minat pasar, yaitu lembaga PAUD terhadap gagasan inovasi produk pin magnet tersebut.

Riset pasar diawali dengan identifikasi masalah, studi pustaka dan lapangan, dan *brainstorming* dengan pemilik usaha pembuatan pin “*Spinonase*”, pendidik PAUD, dan produsen APE. Proses riset kemudian dilanjutkan dengan menetapkan target *customer*, menentukan hipotesis dan pertanyaan dasar, mencari data sekunder yang dibutuhkan, menyusun pertanyaan lanjutan, memeriksa hipotesis, membuat daftar pesaing. Semua langkah yang dilakukan dan data yang diperoleh digunakan untuk menyusun kuesioner. Data yang diperoleh dari kuesioner, sebagai data primer, diolah dan dianalisis bersama data sekunder untuk mendapatkan hasil sesuai tujuan penelitian.

Hasil analisis potensi pasar terhadap produk APE dari pin magnet yang ditawarkan adalah potensi pasar kota Yogyakarta masih sangat potensial. Kota Yogyakarta merupakan kota dengan persentase desa ada PAUD sebesar 100%, dimana terdapat 218 Taman Kanak-kanak (TK), 83 Kelompok Bermain (KB), dan 43 Tempat Penitipan Anak (TPA). Orang tua anak usia dini dinilai 99,20% responden menjadi pasar yang potensial untuk produk APE. 87,72% responden dari lembaga PAUD, baik TK, KB, dan TPA memiliki ketertaikan untuk membeli produk APE dari pin magnet yang ditawarkan. Hasil analisis minat pasar antara lain harga produk yang diminati responden adalah pada range Rp50.000,00-Rp99.999,00 dengan persentase 78,40%. Usia 3,1-4 tahun dan 4,1-5 tahun atau usia satu tahun sebelum TK dan usia TK kecil merupakan usia yang dinilai cocok sebagai target produk dengan persentase berurutan-turut 30,20% dan 25,91%. Prioritas inovasi produk yang diusulkan oleh 75% responden adalah penggunaan papan yang berfungsi untuk menempelkan produk APE sebagai alat bantu yang dapat dipakai bersama dengan produk APE yang ditawarkan. Kemasan produk yang mudah dan ringkas untuk anak sekaligus dapat melatih motorik anak menjadi prioritas inovasi berikutnya, sedangkan pemberian efek timbul dari bahan resin pada gambar dan pemberian identitas lembaga PAUD pada kemasan menjadi inovasi opsional sesuai kebutuhan responden.

Kata Kunci : PAUD, APE, pin magnet, riset pasar, kuesioner