

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 prioritas inovasi produk pin untuk memenuhi kebutuhan PAUD. Kesimpulan dari penelitian riset pasar ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis potensi pasar terhadap produk APE dari pin magnet yang ditawarkan adalah potensi pasar 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. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan satu-satunya provinsi dengan persentase desa ada PAUD sebesar 100%.
 - b. Kota Yogyakarta merupakan kota dengan persentase desa ada PAUD sebesar 100%
 - c. Kota Yogyakarta memiliki 218 Taman Kanak-kanak (TK), 83 Kelompok Bermain (KB), dan 43 Tempat Penitipan Anak (TPA).
 - d. Belum ada hak paten terhadap produk APE dari kompetitor.
 - e. Belum ada APE kompetitor yang terbuat dari pin magnet.
 - f. Seluruh responden yang mewakili *target customer* telah familiar dengan produk APE yang mempunyai fungsi yang sama dengan produk APE yang ditawarkan, pengenalan warna, bentuk, angka, dan huruf.
 - g. Orang tua anak usia dini dinilai 99,20% responden menjadi pasar yang potensial untuk produk APE.
 - h. 87,72% responden dari lembaga PAUD, baik TK, KB, dan TPA memiliki ketertarikan untuk membeli produk APE dari pin magnet yang ditawarkan.

Hasil analisis minat pasar terhadap produk APE dari pin magnet yang ditawarkan disimpulkan dari data primer hasil kuesioner. Hasil analisis tersebut adalah sebagai berikut:

- a. 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%.

- b. Minat responden terhadap modul pembelajaran produk APE yang ditawarkan berturut-turut adalah pengenalan warna, bentuk, angka, huruf, dan benda.
 - c. Harga produk yang diminati responden adalah pada range Rp50.000,00-Rp99.999,00 dengan persentase 78,40%.
 - d. Berkenaan dengan paket penjualan modul dari produk APE, responden memiliki kecenderungan untuk memilih produk yang dijual per modul pembelajaran. Hal ini terlihat dari penjualan per modul pembelajaran menempati *ranking* pertama dalam prioritas penjualan.
 - e. Keunggulan fleksibilitas, dimana produk dapat dikombinasikan, disesuaikan dengan pembelajaran di PAUD, dan gambar yang bervariasi, menjadi aspek yang dinilai responden sebagai keunggulan produk.
2. Prioritas inovasi produk APE dari pin magnet untuk memenuhi kebutuhan PAUD adalah sebagai berikut:
- a. 75% responden menilai bahwa alat bantu yang dapat dipakai bersama dengan produk APE yang ditawarkan adalah papan yang berfungsi untuk menempelkan produk APE. Papan tersebut dapat dikembangkan dengan pilihan yang menarik, misal: dilapisi kain flanel atau dihias disesuaikan tema pembelajaran.
 - b. Kemasan produk yang mudah dan ringkas untuk anak sekaligus dapat melatih motorik anak menjadi prioritas inovasi berikutnya, karena keunggulan inovasi ini mendapat penilaian tertinggi dibandingkan inovasi yang lain.
 - c. Pemberian efek timbul dari bahan resin pada gambar dan pemberian identitas lembaga PAUD pada kemasan menjadi inovasi opsional sesuai kebutuhan responden, karena kurang mendapat respon dari responden.

6.2. Saran

Saran yang dapat diberikan kepada pemilik usaha "Spinonase" setelah dilakukan penelitian riset pasar adalah memproduksi produk APE dari pin magnet untuk *target customer* TK, KB, dan TPA sesuai dengan minat pasar dan inovasi produk yang diinginkan pasar. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan perluasan ruang lingkup penelitian. TK, KB, dan TPA, *target customer* pada penelitian riset pasar ini, hanya merupakan 40,6% PAUDNI di kota Yogyakarta dan sisanya adalah Pos PAUD yang tersebar di setiap desa. Orang tua anak usia dini yang

merupakan pasar potensial dapat dimasukkan sebagai *target customer* atau responden sebagai wujud memperluas ruang lingkup riset. Pada penelitian selanjutnya perlu fokus di *product research* untuk mendapatkan desain yang sesuai dengan kebutuhan PAUD.



DAFTAR PUSTAKA

- Asshiddieqi, Fuad, 2012, Analisis Pengaruh Harga, Desain, Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Crooz di Distro *Ultraa Store* Semarang), Skripsi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang
- Brace, Ian, 2004, *Questionnaire Design : How to Plan, Structure, and Write Survey Material for Effective Market Research*, ISBN 0-7494-4181-X, Kogan Page Limited, eLondon, UK
- Deliani, Evy, 2012, Pengaruh Desain Botol Parfum Terhadap Intensi Membeli pada Remaja, Skripsi pada Fakultas Psikologi, Universitas Sumatera Utara
- Doman, Don, Dell Dennison, and Margaret Doman, 2002, *Market Research Made Easy, Edisi 2*, International Self-Council Press Ltd., Canada
- 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
- Hendayani, Eka Sari, 2012, Pemanfaatan Alat Permainan Edukatif (APE) dalam Pembelajaran PAUD Seatap Marguluyu Kecamatan Cipatat Kabupaten Bandung Barat, STKIP Siliwangi Bandung
- Kartanegara, Yanivie, 2013, *Market Research Approach for Formulating Strategy in UD Taman Sari Indah*, Thesis pada *International Industrial Engineering Program*, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, 2009, *Marketing Management (terjemahan Bob Sabran, M.M.), Jilid I, Edisi 13, p. 5*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kunarti, 2008, Penerapan Pendekatan Pembelajaran *Beyond Centers and Circle Time* (BCCT) dan Kurikulum yang Sesuai dengan Perkembangan Anak/ *Developmentally Appropriate Practice* (DAP) pada Pendidikan Anak Usia Dini (Studi Kasus pada Kelompok Bermain Bunga Bangsa), Tesis pada Program Studi Teknologi Pendidikan Program Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang
- Kusumawati, Agnes Sari, 2010, *Riset Pasar Produk Cokelat Praline dengan Ciri Khas Budaya Daerah Yogyakarta*, Skripsi pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Lestari KW, 2011, Konsep Matematika Untuk Anak Usia Dini, Jakarta, Direktorat Pembinaan Pendidikan Anak Usia Dini, Direktorat Jenderal Pendidikan

Anak Usia Dini Nonformal dan Informal, Kementerian Pendidikan Nasional

Maryatun, Ika Budi dan Nur Hayati, 2010, Pengembangan Program Pendidikan Anak Usia Dini, Modul PPG pada Program Studi Pendidikan Guru – Pendidikan Anak Usia Dini, Universitas Negeri Yogyakarta

Malhotra, Naresh K., Imad B. Baalbaki, and Nada Nase Bechwati, 2013, *Marketing Research, Arab World Edition*, Pearson Education Ltd, England

Pudjiati, Retno, 2011, Bermain Bagi PAUD dan Alat Permainan yang Sesuai Usia Anak, Jakarta, Direktorat Pembinaan Pendidikan Anak Usia Dini, Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini Nonformal dan Informal, Kementerian Pendidikan Nasional

Sunarta, 2007, Riset Pemasaran, Diktat Mata Kuliah pada Program Studi Pemasaran Diploma 3, Jurusan Manajemen FISE, Universitas Negeri Yogyakarta

Suherlina, Yulia, 2011, Manfaat Deteksi Dini Tumbuh Kembang Anak, Jakarta, Direktorat Pembinaan Pendidikan Anak Usia Dini, Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini Nonformal dan Informal, Kementerian Pendidikan Nasional

Utami, Ade Dwi dkk, 2013, Pendidikan Anak Usia Dini, Modul PLPG Konsorsium Sertifikasi Guru, Universitas Negeri Jakarta

---, 2006, Pedoman Penerapan Pendekatan “*Beyond Centers and Circle Time* (BCCT)” (Pendekatan Sentra dan Lingkaran) dalam Pendidikan Anak Usia Dini, Jakarta, Departemen Pendidikan Nasional