

**PERENCANAAN RISET PASAR
ALAT PERAGA EDUKATIF BERBASIS METODE MONTESSORI
UNTUK ANAK USIA 3 - 6 TAHUN**

M. Tian Agung S¹, Theodorus B. Hanandoko²

^{1,2} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281
Telp : (0274) 487711 psw 2143, 2144, Fax : (0274) 485223
Email: ¹markus.tian@yahoo.com, ²hanandoko@mail.uajy.ac.id

Abstrak

APE (Alat Peraga Edukatif) berbasis metode Montessori merupakan salah satu produk yang masih tergolong baru di Indonesia. Hambatan yang cukup besar dilihat dari segi pemasaran produk tersebut adalah masalah harga produk yang relatif mahal, serta masih sedikitnya produsen dan penjual lokal. Bersumber dari permasalahan tersebut, maka diperlukan adanya riset pasar agar resiko kerugian akibat produk yang dihasilkan menjadi tidak laku di pasaran dapat diminimalisir, sehingga nantinya produk tersebut diharapkan dapat diterima pasar. Riset pasar yang berhasil tidak lepas dari perencanaan yang matang. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mendapatkan gambaran kondisi pasar Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori secara umum. Melalui data primer dan data sekunder guna mendapatkan rancangan kuesioner berupa butir-butir pertanyaan, yang akan disebarakan ke target customer sebagai langkah awal dalam mempersiapkan riset pasar produk APE berbasis metode Montessori. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengelompokkan data primer dan data sekunder. Semua data yang diperoleh akan diolah menggunakan bantuan lembar kerja sebagai panduan dan pedoman dasar dalam penyusunan kuesioner. Hasil akhir penelitian ini adalah berupa lembar kuesioner yang terdiri dari 21 butir pertanyaan dan siap disebarakan kepada responden.

***Kata kunci:** APE, Montessori, riset pasar, kuesioner*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan alat peraga yang kontekstual dengan kehidupan sehari-hari untuk pembelajaran sudah banyak diterapkan dalam berbagai metode pendidikan. Salah satu metode yang menekankan penggunaan alat peraga peraga dalam pembelajaran adalah metode Montessori. Dalam penerapan metode Montessori Alat peraga menjadi salah satu hal yang penting. Berdasarkan observasi dan eksperimen yang dilakukan oleh Maria Montessori menunjukkan bahwa penggunaan berbagai material atau alat peraga yang diberikan pada anak mampu mengembangkan kemampuan berpikir yang lebih tinggi dan kreatif. Montessori percaya bahwa kemampuan dasar dalam ilmu pengetahuan dapat dipahami anak-anak Sekolah Dasar dengan mudah jika mereka diperlihatkan alat-alat peraga yang nyata untuk membantu mereka melakukan imajinasi (Lillard, 1997:80). Metode Montessori sendiri adalah suatu metode pendidikan yang berfokus dengan anak usia dini. Metode tersebut dikembangkan oleh seorang tokoh bernama Maria Montessori. Melalui metodenya Montessori berhasil mengatasi anak-anak tunagrahita (feeble-minded children) yang mengalami kesulitan dalam belajar. Hal tersebut terlihat dari hasil belajar anak-anak tunagrahita. Hasil menunjukkan bahwa prestasi belajar yang diperoleh lebih unggul dibandingkan dengan anak yang belajar tradisional (Magini, 2013). Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Liliard dan Quest (2006) menunjukkan bahwa anak yang mendapat pendidikan dengan metode Montessori memiliki kecepatan belajar yang lebih dalam memahami konsep abstrak dibandingkan dengan anak-anak yang memakai metode belajar tradisional.

Berbicara mengenai alat peraga berbasis metode Montessori yang secara umum sudah dipaparkan. Tidak diragukan lagi bahwa alat tersebut sudah disiapkan secara matang untuk membantu anak dalam belajar. Hambatan yang cukup besar dilihat dari segi pemasaran alat peraga berbasis Montessori adalah soal harga produk yang relatif mahal serta masih sedikitnya

produsen dan penjual lokal untuk produk tersebut. Masalah yang timbul disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain : sebagian besar produsen dan penjual APE berbasis metode Montessori berasal dari luar negeri sehingga untuk membeli/ mendapatkan produk tersebut konsumen di Indonesia harus impor dari luar negeri. Selain faktor biaya yang relatif tinggi, metode pendidikan Montessori sendiri juga masih tergolong baru di Indonesia maka hal tersebut menyebabkan kurangnya informasi. Kurangnya informasi akan metode pendidikan Montessori menyebabkan belum diketahui sejauh mana pasar mengetahui metode pendidikan Montessori, serta belum diketahui juga minat konsumen dan potensi pasar terhadap produk APE berbasis metode Montessori.

Bersumber dari permasalahan yang dipaparkan, maka diperlukan adanya produk APE berbasis metode Montessori yang dapat memenuhi/ sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehingga produk tersebut nantinya dapat diterima oleh pasar (konsumen) yang memiliki pendapatan bervariasi. Akan tetapi hal tersebut belum terlaksana karena tidak diketahui potensi dari konsumen selain sekolah yang menerapkan metode pendidikan Montessori. Harga jual produk, perlu tidaknya pengembangan dari produk belum ditetapkan karena sejauh mana konsumen tahu tentang metode Montessori belum diketahui, dan daya beli konsumen yang juga belum diketahui. Minat konsumen terhadap produk belum diketahui karena selera dan kebutuhan konsumen akan APE berbasis metode Montessori masih tidak jelas. Sedikitnya produsen (kompetitor) lokal juga menyebabkan tidak diketahuinya strategi penjualan yang dibutuhkan. Oleh karena permasalahan tersebut resiko kerugian akibat produk yang dihasilkan menjadi tidak laku di pasaran sangat mungkin terjadi.

Ketidaktahuan akan potensi pasar saat ini, pengembangan dari produk, harga jual produk, minat terhadap produk dan strategi penjualan yang dibutuhkan dapat dijumpai dengan riset pasar. Menurut Doman (2002), kondisi yang membutuhkan dilakukannya riset pasar adalah saat akan memulai bisnis baru, saat memperkenalkan produk / jasa baru, dan saat menjaga bisnis yang telah berjalan. Riset pasar yang berhasil tidak lepas dari perencanaan yang matang.

Kuesioner yang baik dapat menggali informasi mengenai minat dan strategi penjualan yang dibutuhkan. Hasil dari kuesioner merupakan indikator capaian penting dalam perencanaan riset pasar yang matang. Tujuan penelitian harus dapat diterjemahkan menjadi suatu kelompok informasi, sehingga dari kelompok informasi tersebut dapat ditarik serangkaian pertanyaan yang akan disusun dalam kuesioner untuk menjawab tujuan penelitian itu sendiri. Serangkaian proses dibutuhkan untuk sampai pada kuesioner dari tujuan penelitian (Brace, 2004).

Penelitian ini berfokus pada perencanaan riset pasar terhadap ide untuk mencari informasi terhadap kondisi pasar terhadap produk Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori. Karena produk tersebut masih tergolong baru, maka diharapkan setelah melalui proses perencanaan riset ini didapat bekal berupa kuesioner. Untuk mengetahui secara khusus minat pasar terhadap Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori. Saat sudah diketahui kondisi dan potensi pasar saat ini, maka akan dapat diprediksikan di awal apakah produk dapat diterima. Kuesioner yang dihasilkan selain berfungsi untuk memastikan bagaimana minat pasar yang disasar terhadap produk yang dihasilkan, juga berfungsi mengetahui strategi penjualan yang dibutuhkan.

1.2 Rumusan Masalah

Memperkenalkan produk baru merupakan salah satu situasi di mana riset pasar dibutuhkan. Gagasan untuk membuat pengembangan produk dan melakukan memasarkan produk Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori, yang nantinya diharapkan dapat diterima oleh konsumen. Gagasan tersebut membutuhkan perencanaan riset pasar untuk mengetahui kondisi dan potensi pasar saat ini, dan mengubah informasi menjadi sebuah kuesioner. Sehingga didapatkan rangkaian pertanyaan yang sesuai dalam upaya menggali minat pasar dan strategi penjualan yang dibutuhkan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan hasil rancangan riset pasar berupa lembar kuesioner yang akan digunakan untuk mengetahui minat pasar terhadap produk Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mempersiapkan riset pasar dalam memperkenalkan produk baru dengan lebih terinci.
2. Mengurangi resiko kesalahan dalam menyusun pertanyaan kuesioner yang akan membawa pada kegagalan dalam pengumpulan dan interpretasi data primer.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan, maka penulis memberikan beberapa batasan serta asumsi sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan berdasarkan rencana pengembangan dan pemasaran produk yang direncanakan serta hipotesis awal.
2. Perencanaan riset pasar menggunakan alat bantu berupa Lembar Kerja (Worksheet) sebagai panduan dan pedoman dasar dalam penyusunan kuesioner.
3. Proses wawancara dan *brainstorming* dilakukan dengan pihak yang mempunyai kaitan dengan, topik Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori. Antara lain : pendidik yang mengajarkan metode Montessori dan tenaga kependidikan TK atau PAUD.

2. METODE

2.1 Alat dan Bahan

Penelitian ini menggunakan Lembar Kerja (*Worksheet*) sebagai pedoman dasar dalam penyusunan kuesioner. Terdiri dari 8 (delapan) Lembar Kerja (LK) yang terdiri dari (Doman, dkk., 2002):

Lembar Kerja 1 : *Describing Your Target Customer* (Menetapkan Target Konsumen)

Lembar Kerja ini berisi tentang data target konsumen. Hasil dari lembar kerja ini adalah dapat diketahui secara spesifik siapa yang akan membeli produk/ jasa produsen nantinya. Tetapi dengan mengidentifikasi konsumen secara khusus bukan berarti orang lain tidak bisa membeli produk/ jasa produsen. Semakin produsen mengenal kebutuhan pembeli, semakin mudah untuk menjual produknya.

Lembar Kerja 2 : *Formulating Your Basic Research Questions* (Menetapkan Hipotesis dan Pertanyaan Dasar)

Lembar Kerja ini berisi tentang hipotesis dan pertanyaan dasar. Sebelum menetapkan hipotesis sebaiknya diadakan wawancara dan *brainstorming*. Hal tersebut bertujuan agar hipotesis tidak muncul secara tiba-tiba. Melalui wawancara dan *brainstorming* akan muncul berbagai ide yang berbeda untuk mengembangkan produk/ jasa, selain itu kegiatan ini bisa menentukan arah penelitian yang ingin dicapai. Hasil dari wawancara dan *brainstorming* ini nantinya bisa disimpulkan melalui hipotesis dan pertanyaan dasar yang muncul dari pembicaraan yang sudah dilakukan.

Lembar Kerja 3 : *What Secondary Data Do You Need?* (Mengumpulkan Data Sekunder)

Lembar Kerja ini berisi data sekunder yang dibutuhkan. Pada bagian ini ada beberapa sumber data sekunder yang harus dicari yaitu statistik demografi, data studi ilmiah, data survei media, *polling* publik, data merek dan paten, informasi legal, alamat dan nomor telepon, prosedur dan informasi bisnis, serta daftar harga dan spesifikasi. Lembar Kerja ini bisa membantu produsen untuk mengumpulkan data dari berbagai media seperti perpustakaan, koran, majalah, iklan dan internet. Lembar Kerja ini berfungsi untuk menyediakan data untuk menguji hipotesis awal yang sudah dibuat dan menjawab pertanyaan dasar yang muncul pada Lembar Kerja 2 sehingga dapat membantu mempersempit daftar pertanyaan di kuesioner.

Lembar Kerja 4 : *Additional Question Arising From Your Research* (Menetapkan Pertanyaan Tambahan)

Lembar Kerja ini berisi pertanyaan tambahan yang muncul dari data sekunder. Jika ada pertanyaan tambahan yang muncul, bisa dimasukkan ke dalam Lembar Kerja ini. Setelah itu harus dipertimbangkan apakah dari data primer atau sekunder yang dapat menjawab pertanyaan ini nantinya dan metode apa yang dapat digunakan (survei, polling atau riset perpustakaan).

Lembar Kerja 5 : *Checking Your Hypothesis* (Memeriksa Hipotesis)

Lembar Kerja ini berfungsi untuk memeriksa hipotesis. Pada Lembar Kerja ini bisa ditambahkan penemuan penting dari hasil penelitian sejauh ini yang bisa membantu untuk membuktikan atau menyangkal hipotesis yang sudah dibuat.

Lembar Kerja 6 : *What You Already Know About Your Business* (Menjabarkan Kompetensi tentang Produk/Bisnis yang Direncanakan)

Lembar Kerja ini berisi beberapa pertanyaan tentang bisnis yang direncanakan. Lembar Kerja ini digunakan untuk menulis komentar orang-orang sekitar tentang usaha terkait.

Lembar Kerja 7 : *Your Competition* (Menjabarkan Kompetisi Bisnis yang Sama)

Lembar Kerja ini berisi tentang kompetisi yang terjadi dalam ruang lingkup bisnis yang sama. Pada bagian ini bisa dituliskan hal-hal apa saja yang bisa membedakan pemilik bisnis dengan kompetitor yang ada dengan memanfaatkan data yang sudah dimiliki.

Lembar Kerja 8 : *Your Competitors* (Menjabarkan Kompetitor)

Lembar Kerja ini berisi tentang data kompetitor. Lembar Kerja ini bisa digunakan untuk menulis segala sesuatu yang berhubungan tentang kompetitor, segala informasi kompetitor yang diperoleh melalui berbagai media, survei maupun wawancara bisa dimasukkan disini.

2.2 Pelaksanaan

Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan pada kota Yogyakarta, kota Semarang, kota Purwokerto dan kabupaten Cilacap. Untuk mencari informasi dengan menggunakan media Internet dan secara langsung mendatangi pihak-pihak yang bersangkutan dengan Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori, maupun yang berkaitan metode pendidikan Montessori sendiri. Pihak yang bersangkutan tersebut antara lain : pendidik (dosen atau *trainer*) yang mengajarkan metode Montessori, tenaga kependidikan TK atau PAUD, dan pelaku usaha Alat Peraga Edukatif sejenis. Informasi yang akan dicari meliputi spesifikasi produk, standart produk, proses produksi, dan harga Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori yang ada saat ini. Data-data tersebut diperoleh melalui proses observasi dan wawancara. Hal ini dilakukan sebagai penelitian pendahulu untuk menyusun kuesioner.

Wawancara dan *Brainstorming*

Proses ini dilakukan untuk mencari informasi mengenai metode pendidikan Montessori dan produk Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori yang akan diproduksi. Sehingga produk yang dihasilkan sesuai metode pendidikan Montessori dan alternatif pasar potensial, yang dapat menerima produk tersebut. Informasi tersebut diperoleh melalui proses wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Pihak yang dimaksud adalah tenaga kependidikan TK atau PAUD dan pendidik (dosen atau *trainer*) yang mengajarkan metode Montessori.

Menetapkan Target Customer

Target *customer* ditetapkan berdasarkan alternatif pasar potensial hasil dari *brainstorming*. Target *customer* dijabarkan dalam beberapa kriteria spesifik, sehingga menjadi jelas siapa target *customer* yang dimaksud.

Menetapkan Hipotesis

Setelah serangkaian tahapan dilakukan sebagai penelitian pendahulu, hipotesis awal ditetapkan sebagai dasar dari riset pasar ini dan akan diuji kebenarannya dalam tahap selanjutnya.

Menyusun Pertanyaan Dasar

Pertanyaan dibuat berdasarkan keraguan dan ketidaktahuan yang muncul atas hipotesis awal yang telah ditetapkan. Pertanyaan dasar ini akan coba dijawab dengan data sekunder yang diperoleh pada tahap selanjutnya. Nantinya, pertanyaan-pertanyaan dasar yang belum terjawab akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kuesioner.

Pencarian Data Sekunder

Tahapan selanjutnya adalah mencari data sekunder yang dapat mendukung proses perencanaan riset pasar dan untuk menguji hipotesis awal. Data sekunder yang dibutuhkan antara lain data statistik demografi penduduk di kota Semarang, kabupaten Cilacap, dan kota Purwokerto untuk provinsi Jawa Tengah dan kota Yogyakarta untuk provinsi Yogyakarta, kompetitor APE berbasis metode Montessori, panduan metode Montessori untuk guru dan orangtua; jenis bahan baku dan harga bahan baku, dan lain-lain. Data sekunder didapatkan melalui pencarian di dinas-dinas terkait, melalui website resmi, dan lain sebagainya.

Menyusun Pertanyaan Tambahan

Data sekunder yang diperoleh pada tahap sebelumnya dianalisa untuk menjawab pertanyaan dasar yang ada. Kemudian jika masih ada pertanyaan yang belum terjawab atau muncul pertanyaan baru dari data sekunder maka setiap pertanyaan tersebut disusun dan akan dimasukkan di dalam kuesioner ataupun digunakan sebagai dasar melakukan penelitian lanjutan.

Memeriksa Hipotesis

Hipotesis awal akan diperiksa menggunakan data-data yang diperoleh dari pencarian data sekunder. Hasil pemeriksaan ini menunjukkan apakah hipotesis awal yang dibuat masih valid atau tidak. Jika masih valid, maka hipotesis awal masih dapat digunakan pada tahap selanjutnya. Jika tidak valid, maka perlu ditetapkan hipotesis baru dalam proses perencanaan riset pasar.

Penjabaran Kompetensi

Penjabaran kompetensi bermanfaat untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari gagasan memperkenalkan dan memasarkan produk Alat Peraga Edukatif berbasis Metode Montessori, serta rencana pengembangan terhadap produk yang akan dilakukan secara umum. Pengetahuan yang diperoleh dari riset dapat digunakan untuk memberikan penjelasan lebih kepada responden.

Penjabaran Kompetisi

Pada tahap ini dijabarkan bagaimana kondisi persaingan atau kompetisi secara umum, maupun kondisi data kompetitor-kompetitor yang sudah ada, dan bagaimana strategi yang dipakai. Hal ini dilakukan agar dapat menetapkan posisi dari gagasan inovasi produk yang diriset dalam pasar yang sudah ada saat ini, dan menetapkan strategi yang nantinya dapat diterapkan pada gagasan inovasi produk yang di riset.

Penyusunan Kuesioner

Kuesioner disusun sesuai dengan tujuan penelitian atau hal yang ingin didapatkan dari riset yang dilakukan. Pertanyaan pada kuesioner disusun berdasarkan pada pertanyaan-pertanyaan yang ada setelah data sekunder dianalisa, baik pertanyaan dasar maupun pertanyaan tambahan. Kuesioner disusun mengikuti metode penyusunan kuesioner yang baik.

Kesimpulan

Pada tahap ini ditarik kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil pengumpulan data-data tersebut. Kesimpulan tersebut dapat digunakan untuk menyusun sebuah kuesioner yang siap disebar kepada responden. Kuesioner berfungsi mengetahui minat pasar terhadap produk produk Alat Peraga Edukatif berbasis Metode Montessori, dan rencana pengembangan terhadap produk yang akan dilakukan, serta membantu untuk menentukan strategi penjualan yang dibutuhkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berdasarkan Lembar Kerja (*Worksheet*) yang telah dikerjakan adalah sebagai berikut:

Pada lembar kerja ini, ditetapkan bahwa target *customer* langsung adalah anak-anak usia 3 - 6 tahun yang berada di Taman Kanak-kanak (TK), Kelompok Bermain (KB), Tempat Penitipan Anak (TPA). Orang tua anak usia dini, pendidik, tenaga.

Tabel 1. Describing Your Target Customer

Menjabarkan Target Customer Kita	
Jenis Kelamin (laki-laki/ perempuan)	perempuan dan laki-laki
Rentang Usia (Anak-Anak, Remaja, Anak Muda, Dewasa, Orang Tua)	3-6 Tahun (konsumen langsung) 20 - 60 Tahun (konsumen tidak Langsung)

Tipe Pekerjaan (Eksekutif, Pegawai Kantor, Sales, Teknisi, Pelajar, Mahasiswa, Pemilik Bisnis, Pensiunan)	Bidang Pendidikan
Pekerjaan Khusus (Jika Diperlukan)	Guru, Kepala Sekolah, dan Orang tua
Rentang Pendapatan	> Rp 1juta
Hobi/ Minat	Pendidikan & Perkembangan Anak, dll (Umum)
Karakteristik Penting Lainnya	Tertarik dengan metode belajar anak yang efektif, khususnya Mantessori
Keuntungan/ manfaat yang didapatkan jika <i>customer</i> ini membeli produk/jasa kita	Pemakaian lebih mudah mengarahkan anak untuk belajar sambil bermain dengan alat ini, anak dapat belajar melatih saraf motorik & sensoriknya dengan lebih mudah dengan alat ini

Pada lembar kerja ini, ditetapkan bahwa target *customer* langsung adalah anak-anak usia 3 - 6 tahun yang berada di Taman Kanak-kanak (TK), Kelompok Bermain (KB), Tempat Penitipan Anak (TPA). Orang tua anak usia dini, pendidik, tenaga kependidikan, dan lembaga pendidikan anak usia dini sendiri menjadi target *customer* tidak langsung. Pada lembar kuesioner, lembar kerja ini akan menjadi butir-butir pertanyaan penyaringan (screening questions) terhadap identitas responden yang akan ditanyakan di bagian awal. Screening questions ini bertujuan untuk mengetahui apakah responden termasuk dalam populasi penelitian (Brace, 2004).

Tabel 2. Formulating Your Basic Research Questions

HIPOTESIS DAN PERTANYAAN DASAR		
Bisnis/Produk/Jasa Saya Adalah : <u>Alat peraga edukatif untuk anak usia 3 - 6 tahun berbasis metode Montessori</u>		
Hipotesis yang akan diuji : <u>Hipotesis yang diperiksa adalah : Produk ini akan diminati oleh orang tua dan pendidik yang peduli/tertarik mendalami metode Montessori, dan dapat dibeli dengan kisaran harga Rp. 100.000 (eceran) dan Rp. 1.000.000 (paket) dengan kelengkapan buku panduan.</u>		
No.	Pertanyaan Dasar Riset	Kemungkinan Jawaban (Diisi Nanti)
1	Apakah ada pasar selain guru KB, TK dan orang tua dengan anak berusia 3 - 6 tahun?	
2	Apakah pasar menginginkan produk dalam bentuk paket / eceran ?	
3	Berapa yang akan mereka bayar?	
4	Dapatkah saya memperoleh profit?	
5	Apa saja keuntungan yang diperoleh orang-orang yang membeli produk saya?	
6	Jenis produk macam apa yg kira-kira paling diminati?	
7	Apakah ada kompetitor untuk produk saya?	
8	Apakah calon pelanggan saya benar-benar tahu tentang metode Montessori?	
9	Kalau calon pelanggan tahu metode Montessori, seberapa jauh mereka tahu?	
10	Apakah inovasi yang saya dapat kembangkan dari produk saya?	

Lembar kerja ini berisi hipotesis awal yang terbentuk dari hasil wawancara dan *brainstorming* dengan pendidik (dosen atau *trainer*) yang mengajarkan metode Montessori, dan pendidik pada sekolah pendidikan anak usia dini (umum). Hipotesis awal ini akan diuji menggunakan data sekunder di tahapan selanjutnya. Lembar kerja kedua ini juga berisi

serangkaian pertanyaan yang muncul dari keraguan dan ketidaktahuan terhadap hipotesis awal yang telah ditetapkan. Daftar pertanyaan tersebut akan menjadi pertanyaan dasar riset ini. Pertanyaan dasar riset ini akan coba dijawab dengan data sekunder yang diperoleh pada tahap selanjutnya. Nantinya, pertanyaan-pertanyaan dasar yang belum terjawab akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kuesioner.

Tabel 3. What Secondary Data Do You Need?

KATEGORI DATA SEKUNDER	
	Periksa kategori data sekunder apa saja yang kita butuhkan. Isi pada baris yang kosong untuk merinci jenis data apa yang bisa kita dapatkan dari kategori ini.
	Tambahkan kategori jika memang dibutuhkan. Ingat bahwa semua informasi yang kita butuhkan tidak hanya berasal dari sumber data sekunder.
<input type="checkbox"/>	Statistik demografi : <u>Jumlah penduduk Indonesia menurut kabupaten per tahun;</u> <u>Statistik sekolah TK, PAUD, dan TPA dari BPS dan Kemendikbud;</u> <u>Statistik partisipan pendidikan PAUD - TK dari BPS;</u>
<input type="checkbox"/>	Data studi ilmiah : <u>Panduan metode Montessori untuk guru dan orang tua;</u> <u>Artikel ilmiah / buku/ jurnal material (APE) berbasis metode Montessori;</u> <u>Data statistik dari BPS pendapatan masyarakat Indonesia;</u> <u>Standar Isi Untuk Satuan Pendidikan Anak Usia Dini dari Kemendikbud – BNSP;</u>
<input type="checkbox"/>	Data survei media :
<input type="checkbox"/>	Polling publik :
<input type="checkbox"/>	Informasi paten dan merek dagang : <u>Paten/ Merk dagang produk berbasis Montessori.</u>
<input type="checkbox"/>	Informasi legal : <u>Standar Isi Untuk Satuan Pendidikan Dasar : Standar Kompetensi dan Kompetensi Dasar-BNSP;</u> <u>Standart pembuatan mainan anak BNSP dan Metode Motessori;</u> <u>UU Tentang Merek dagang dan Paten;</u>
<input type="checkbox"/>	Alamat & nomor telepon : <u>Kompetitor produk di Indonesia (lokal);</u> <u>Kompetitor produk di luar negeri (internasional);</u> <u>Asosiasi Montessori internasional;</u> <u>Assosiasi Montessori Indonesia;</u> <u>Assosiasi Montessori indonesia lembaga / universitas yang mengajarkan metode Montessori di Indonesia.</u>
<input type="checkbox"/>	Prosedur dan informasi bisnis :
<input type="checkbox"/>	Spesifikasi dan harga : <u>Produk kompetitor di Indonesia (lokal)</u> <u>Produk kompetitor di luar negeri (internasional)</u> <u>Meterial kayu, karpet, cat, kaca dll.</u>
<input type="checkbox"/>	Lainnya : _____

Lembar kerja ketiga berisi data sekunder yang diperlukan untuk melakukan uji hipotesis awal. Data sekunder yang diperoleh ini juga menjawab pertanyaan dasar yang muncul pada lembar kerja dua. Pertanyaan dasar riset yang belum terjawab akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kuesioner. Data sekunder yang terkumpul juga dapat memberi gambaran secara umum mengenai kondisi dan potensi pasar yang ada.

Tabel 4. Additional Question Arising From Your Research

PERTANYAAN TAMBAHAN YANG MUNCUL DARI RISET DATA SEKUNDER	
	Buatlah daftar pertanyaan baru tentang project Anda yang membutuhkan jawaban. Jenis data apa (primer atau sekunder) yang bisa menjawab pertanyaan ini. Metode apa yang akan Anda gunakan untuk mengumpulkan data ini (<i>survey, polling, riset lainnya?</i>)

No.	Pertanyaan Tambahan	Data Primer	Data Sekunder	Metode yang memungkinkan
1	Bagaimana cara sekolah mengadakan APE?	X	X	Survey dan wawancara
2	Apakah metode Montessori dapat di gunakan pada sekolah reguler?	X	X	Survey dan wawancara
3	Apakah produk saya sudah memenuhi persyaratan yang ada?		X	Cek Sumber
4	Apakah ada kompetitor yang harus saya lebih perhatikan?	X	X	Cek Sumber dan wawancara
5	Apa cara terbaik dari pemasaran produk saya?	X	X	Survey
6	Apakah saya harus membuat merk dagang?		X	Cek Sumber
7	Merk dagang apa yang harus saya buat?		X	Cek Sumber

Lembar kerja keempat berisi pertanyaan-pertanyaan tambahan yang muncul setelah dilakukan analisa data sekunder. Daftar pertanyaan pada lembar kerja ini masuk dalam kuesioner untuk menggali lebih dalam potensi pasar yang ada dan minat target *customer* terhadap produk Alat Peraga Edukatif berbasis metode Montessori

Tabel 5. Checking Your Hypothesis

MEMERIKSA HIPOTESIS	
Hipotesis yang diperiksa adalah : Produk ini akan diminati oleh orang tua dan pendidik yang peduli/ tertarik mendalami metode Montessori, dan dapat dibeli dengan kisaran harga Rp. 100.000 (eceran) dan Rp. 1.000.000 (paket) dengan kelengkapan buku panduan.	
No.	Temuan Penting dari Riset Anda
1	Anak-anak memerlukan objek konkret dalam kegiatan belajar
2	Pembuatan mainan anak-anak ada standarnya
3	Maria Montessori tidak mematenkan material yang berbasis metodenya dan diperbolehkan adanya pengembangan
4	Banyak penelitian tentang pengembangan metode dan material berbasis Montessori
5	Harga material Montessori yang ada dipasaran relatif mahal, kisaran Rp.300.000,00–Rp.4.000.000,00
6	Tidak semua sekolah menggunakan metode Montessori dan APE berbasis metode Montessori
7	Produk yang ditawarkan kompetitor selama ini belum memiliki kelengkapan buku panduan
8	Mulai banyak sekolah yang mengadaptasi metode Montessori
9	Kompetitor lokal yang masih sedikit dan sebagian besar kompetitor dari luar negeri
Kesimpulan Hipotesis	
1.	Apakah hipotesis masih valid? <input checked="" type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
2.	Jika YA, apakah masih ada bagian yang akan diteliti kembali? <input type="checkbox"/> YA <input checked="" type="checkbox"/> TIDAK
3.	Jika TIDAK, apakah Anda akan : <input type="checkbox"/> YA <input checked="" type="checkbox"/> TIDAK
	a) Menuliskan kembali hipotesis Anda? <input type="checkbox"/> YA <input checked="" type="checkbox"/> TIDAK
	b) Mencari informasi lagi? <input type="checkbox"/> YA <input checked="" type="checkbox"/> TIDAK
	c) Membatalkan project ini? <input type="checkbox"/> YA <input checked="" type="checkbox"/> TIDAK
4.	Hipotesis baru saya adalah : _____

Jika hipotesis Anda masih memiliki elemen yang perlu data pendukung atau tidak terbukti, atau Anda menuliskan kembali hipotesis, Anda perlu mengumpulkan informasi kembali.

Lembar kerja ini berisi tentang pengujian hipotesis awal menggunakan analisa data sekunder yang telah diperoleh pada tahapan sebelumnya. Berdasarkan data sekunder yang diperoleh, kondisi pasar di kota Yogyakarta, kota Semarang, kota Purwokerto, dan kabupaten Cilacap masih sangat potensial untuk produk. Kurikulum pendidikan Montessori, metode pengajaran sekolah umum, kriteria APE, informasi paten, dan informasi legal yang berlaku juga sangat mendukung produk APE berbasis metode Montessori.

Tabel 6. What You Already Know About Your Business

APA YANG ANDA SUDAH TAHU TENTANG BISNIS ANDA

Tuliskan apa yang Anda ketahui tentang pelanggan Anda, kebutuhan mereka, keinginan mereka, harapan mereka, dan persepsi mereka tentang bisnis Anda dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut.

No.	Yang sudah diketahui
1	<p>Apa jenis komentar yang saya dengar dari pelanggan dan / atau penjual?</p> <p>a. Penjual produk sejenis sedikit</p> <p>b. Kualitas produk yang bukan dari pabrik tidak begitu baik</p> <p>c. Harga produk yang cenderung tinggi (untuk impor)</p> <p>d. Bagi konsumen yang tidak mau impor membuatnya di bengkel kayu lokal bukan beli dari penjual karena penjual yang sedikit</p> <p>e. Untuk produk lokal biayanya pembuatannya juga masih mahal</p> <p>f. Banyak orang yang tertarik</p>
2	<p>Bagaimana peluang pasar saya?</p> <p>a. Banyak sekolah swasta yang mulai menggunakan metode belajar Montessori</p> <p>b. Metode Montessori juga dapat di kombinasi dengan metode belajar tradisional</p> <p>c. Selain di sekolah metode Montessori juga dapat di gunakan di rumah</p>
3	<p>Apa yang bisa saya lakukan untuk mengisi kebutuhan dan keinginan <i>customer</i>?</p> <p>a. Membuat material (APE) Montessori dengan cost yang murah</p> <p>b. Membuat produk dengan kualitas yang lebih baik dari produk lokal</p> <p>c. Membuat lebih banyak variasi dari produk yang ada</p>
4	<p>Artikel Apa yang saya lihat baru-baru ini dalam jurnal perdagangan atau publikasi lain yang saya pikir memiliki berarti untuk bisnis saya?</p> <p>a. Tidak ada paten tentang metode Montessori</p> <p>b. Material Montessori boleh dikembangkan untuk kemajuan pendidikan</p> <p>c. Banyak meneliti dan mengembangkan material Montessori</p> <p>d. Banyak penelitian yang membuktikan kelebihan material dan metode Montessori</p> <p>e. Ada syarat-syarat dan standart material Montessori</p>
5	<p>Apa yang harus saya pelajari dari organisasi yang mengajarkan tentang Montessori?</p> <p>a. Sejarah dan latar belakang</p> <p>b. Manfaat dan tujuan</p> <p>c. Perbedaan dengan yang metode yang lain</p>
6	<p>Apakah ada orang di organisasi yang bisa membantu saya? Sastra, kelas, atau bantuan lain?</p> <p>Ada, lembaga pendidikan / universitas yang mengajarkan metode Montessori jika di perlukan dapat berkunjung ke Asosiasi Montessori Indonesia</p>
7	<p>Apa saja yang harus saya pelajari untuk proses pembuatan produk saya?</p>

- a. Syarat / standart produk yang ada
 - b. Bahan baku yang cocok untuk produk
 - c. Harga bahan baku
 - c. Proses / langkah pembuatan produk
 - d. Biaya proses pembuatan
- 8 Strategi apa yang saya ketahui memasarkan dan mempromosikan produk saya?
- Penjual luar negeri hanya memasarkan produknya lewat internet jadi saya harus bisa memasarkan produk melalui internet
- Menjalin kerjasama dengan asosiasi Montessori indonesia dan sekolah-sekolah yang menggunakan metode tersebut
- Bekerja sama dengan lembaga yang mengadakan pelatihan metode Montessori dan ikut mempromosikan produk saat mengadakan seminar atau pelatihan.
- Mengadakan promosi saat event rapat guru TK dan KB
- Mengadakan promosi saat ada event khusus untuk anak-anak

Lembar kerja ke enam berisi komentar orang-orang di sekitar tentang produk. Dari penelitian pendahulu, didapatkan bahwa APE berbasis metode Montessori akan dapat diterima oleh pasar.

Tabel 7. Your Competition

KOMPETISI ANDA	
Daftar apa yang Anda tahu tentang pesaing Anda	
No.	Apa yang saya tahu tentang kompetisi saya
1	Harus membangun jaringan agar dapat menjadi suplier yang besar.
2	Mulai banyak pesaing dari produk sejenis di Indonesia.
3	Kebanyakan pesaing sudah melakukan pemasaran produk melalui internet.
4	Pemasaran produk dapat diikutsertakan dalam event seperti seminar dan pelatihan.
5	Kebanyakan konsumen lokal memilih untuk membuat sendiri produk yang mereka butuhkan pada bengkel kayu sekitar (lokal).
6	Distributor dengan kualitas barang yang baik masih sedikit sekitar hanya kurang lebih 2-3 kompetitor lokal.
7	Harus memiliki bukti dari kualitas produk (sertifikat dan sejenisnya).
8	Konsumen banyak yang mengeluhkan tentang harga dan kualitas produk dari kompetitor.
9	Pemasaran awal dapat dilakukan melalui jaringan internet.

Lembar kerja ke tujuh berisi kompetisi dari produsen produk APE berbasis metode Montessori yang ada saat ini. Lembar kerja ini berguna untuk membuat pertanyaan di kuesioner perihal pengetahuan responden tentang kompetitor, produk APE sejenis dari kompetitor dan strategi penjualan yang digunakan.

Tabel 8. Your Competitors (Luar negeri)

PESAING ANDA				
Pesaing: "Montessori outlet" (http://www.Montessorioutlet.com/)				
Daftar apa yang Anda tahu tentang pesaing ini.				
Apa yang saya tahu tentang pesaing ini :				
No.		<i>Montessori Outlet</i>	<i>Nienhuis Montessori</i>	<i>Discount Vendors</i>
		<i>Copyright</i>		
1	<i>Legally Owns the Authentic Blueprints?</i>	<i>Yes</i>	<i>Yes</i>	<i>No</i>

2	Operates Its Own Production Facility?	Yes	Yes	No
<i>Safety & Quality</i>				
3	Professional Knowledge on How to Produce Safe Montessori Materials?	Yes	Yes	No
4	Factory Is ISO-9001 and 14001 Certified through the UK National Quality Association?	Yes	N/A	No
5	Factory is Governmentally Certified by CIQ to Legally Impor Wooden Toys to the USA?	Yes	N/A	No
6	Factory is Legally Certified by the Chinese Government to Produce Montessori Materials?	Yes	N/A	No
7	Products Passed the TUV Test?	Yes	N/A	No
8	Products Comply with European Toy-Safety Standards and Have CE Mark?	Yes	Yes	No
9	Products Comply with American Toy-Safety Standards?	Yes	N/A	N/A
10	Products are Made of Water-Based Finishes?	Yes	N/A	No
11	Products are Made of FSC or PEFC Certified Lumber?	Yes	N/A	No
<i>Customer Service</i>				
13	Live Customer Service Support?	Yes	Yes	Maybe
14	Offering Products at Affordable Prices?	Yes	No	Yes
15	Stocking inventory without major backorders?	Yes	Yes	No
16	Free Return and Exchange Policy?	Yes	Maybe	Maybe
17	Since 3/1/2007, all of our premium-quality materials are made based on the authentic blueprints approved by Mr. Nienhuis			
18	Quality materials introduced in March 2007, our subsidiary factory in Shanghai successfully earned UKAS ISO 9001 Quality Control and ISO 14001 Environmental Management Certifications in 2007 and 2008 from the International Standards Organization (ISO) and the United Kingdom National Quality Association.			
19	Harga relatif mahal, harus impor, birokrasi panjang,			
20	Di Indonesia belum ada outlet / distributornya			

Tabel 9. Your Competitors (Lokal)

PESAING ANDA	
Pesaing: “Rumah Montessori”	
Daftar Apa Yang Anda Tahu Tentang Pesaing Ini	
No.	Apa yang saya tahu tentang pesaing ini? :
1	Ada outlet di Indonesia.
2	Sering mengadakan training, seminan dan event lain tentang metode Montessori.
3	Kontak : Ivy Maya Savitri, SP., MM.) : 0812 239 5704 H : Sevilla CF No. 1 BSD Email : Montessori4everyone@gmail.com
4	Memiliki sertifikat tenaga ahli.
5	Pemasaran melalui jaringan internet dan promosi melalui event.
6	Harga produk yang ditawarkan masih relatif tinggi.
7	Sebagai konsultan dan trainer Metode Montessori.
8	Menggunakan media internet sebagai sarana pemasaran dan promosi.
9	Tidak semua produk dalam daftar ready stok.
10	Produk yang dibuat merupakan buatan lokal bukan impor.

Lembar kerja terakhir ini digunakan untuk menganalisa data dari pesaing. Dari data di lembar kerja ini, dapat digunakan sebagai parameter pilihan jawaban dari pertanyaan kuesioner. Parameter tersebut dapat mencakup harga, strategi penjualan, media promosi, ragam produk, dan ragam bahan baku APE berbasis metode Montessori.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari data sekunder yang diperoleh ditunjukkan bahwa kondisi dan potensi pasar APE berbasis metode Montessori masih sangat besar. Hal tersebut memungkinkan untuk dilakukannya penelitian lanjutan berupa riset pasar. Hasil akhir ini diperoleh dari analisa lembar kerja pada perencanaan riset pasar berupa lembar kuesioner, yang siap disebarakan kepada responden.

Lembar kuesioner terdiri dari 21 butir pertanyaan. Pertanyaan yang akan menginvestigasi target konsumen secara lebih spesifik sejumlah 5 butir, 3 pertanyaan yang akan menelusuri pengetahuan konsumen tentang produk yang ada saat ini, 3 pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui daya beli dari konsumen, 3 pertanyaan berfungsi mengetahui pendapat konsumen tentang contoh produk yang diberikan, 3 pertanyaan untuk mencari tahu minat dari konsumen terhadap produk. Kemudian 4 pertanyaan digunakan untuk mendapatkan saran konsumen dan strategi penjualan dari produk (detail kuesioner ada pada penulis).

4.2 Saran

Penelitian ini hanya terbatas pada perancangan riset pasar untuk responden di lembaga PAUD Taman Kanak-kanak (TK), Kelompok Bermain (KB), dan Tempat Penitipan Anak (TPA) di kota Yogyakarta, kota Semarang, kota Purwokerto, dan kabupaten Cilacap. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan riset pasar kepada seluruh lembaga PAUD di lokasi yang sama, serta dapat mencari responden orang tua anak usia dini sebagai sarana memperluas potensi pasar APE berbasis metode Montessori yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- 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
- Doman, Don, Dell Dennison, and Margaret Doman, 2002, *Market Research Made Easy*, Edisi 2, International Self-Council Press Ltd., Canada.
- Magini, A. P., 2013. *Sejarah Pendekatan Montessori*. Yogyakarta: Kanisius
- Lillard, & Else-Quest, N., 2006. *Evaluating Montessori education. Montessori validated.*, <http://Montessori.org.au/research/MontessoriValidatedByResearch.pdf>, diakses 4 Juni 2013.
- Lillard, P. P., 1997. *Montessori in the classroom : A teacher's account of flow*. New York: Schocken Books