

## PERENCANAAN RISET PASAR LINTASAN KELERENG BERBASIS KNOCK DOWN

**Stevan Hendra V.**

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: virdystevan@gmail.com

### Abstrak

*Alat permainan yaitu alat untuk bermain yang dapat meningkatkan rangsangan perkembangan aspek kognitif, sosial, emosi, fisik, fungsi menghibur dan fungsi mendidik. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menilai potensi dan minat pasar terhadap ide pengembangan produk Lintasan Kelereng Berbasis Knock Down yang akan dilakukan, agar dapat mengurangi segala resiko yang mungkin terjadi. Maka dibutuhkan penelitian ini juga berguna untuk memperoleh strategi peningkatan daya saing yang tepat sehingga usaha yang telah dirintis dapat terus bertahan dan berkembang. Melalui data primer dan data sekunder guna mendapatkan rancangan kuesioner berupa butir-butir pertanyaan yang akan disebar ke target customer sebagai langkah awal dalam mempersiapkan riset pasar produk lintasan kelereng berbasis knock down. 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 29 butir pertanyaan dan siap disebar kepada responden.*

**Kata kunci:** kuesioner, knock down, lintasan kelereng, riset pasar

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif atau bisa disebut industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif termasuk dalam industri kecil dan menengah (IKM) memiliki peran strategis. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, terdapat 3,9 juta unit IKM pada tahun 2013, yang mampu menyerap dengan tenaga kerja sebanyak 10,3 juta orang dan memberikan kontribusi terhadap nilai ekspor sebesar USD 19.579 juta. Hal tersebut menggambarkan kondisi industri saat ini sangat potensial. Industri Kreatif dapat masuk dalam berbagai sektor industri yang ada. Saat ini Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mengakui 14 sub-sektor industri kreatif. Sub-sektor tersebut adalah arsitektur, desain, fashion, kerajinan, penerbitan, percetakan, televisi dan radio, musik, film video dan fotografi, periklanan, layanan komputer dan piranti lunak, pasar dan barang seni, seni pertunjukkan, riset dan pengembangan dan permainan interaktif. Permainan interaktif merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan computer, video, dan lain-lain yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi

Dunia anak adalah dunia bermain. Bermain, anak-anak dapat memperoleh pelajaran yang mengandung aspek perkembangan kognitif. Selain mendukung perkembangan kognitif, bermain juga menyediakan sejumlah fungsi yang penting bagi perkembangan fisik, emosi, dan sosial anak-anak (Herron & Sutton-Smith, 1971). Bermain merupakan sarana untuk menggali pengalaman belajar sangat berguna untuk anak dan juga dapat menjadi sarana untuk mengembangkan kreativitas dan daya cipta, karena bermain merupakan sumber pengalaman dan uji coba.

Dilihat dari segi pendidikan merupakan kegiatan permainan menggunakan alat permainan yang mendidik serta alat yang bisa merangsang perkembangan aspek kognitif, sosial, emosi dan fisik yang dimiliki anak. Oleh karena itu, dari sudut pandang pendidikan bermain membutuhkan alat permainan mendidik, yang disebut dengan alat permainan edukatif (APE). Alat permainan edukatif merupakan sarana yang dapat merangsang aktivitas anak untuk mempelajari sesuatu tanpa menyadarinya, baik menggunakan teknologi modern maupun teknologi sederhana bahkan bersifat

tradisional. Menurut artikel Koran Sindo, 30 April 2015 terdapat beberapa macam teknologi dan aktivitas sederhana atau tradisional yang diminati di kalangan anak-anak seperti congklak/dakon sebesar 23%, petak umpet sebesar 16%, lompat tali sebesar 13%, gobak sodor sebesar 10%, kelereng sebesar 9%, benteng sebesar 8%, layang-layang sebesar 6%, tapak gunung/engklek sebesar 5%, ular naga sebesar 5%, egrang sebesar 4%.

Tren yang serba teknologi sekarang, tersedia banyak aplikasi permainan edukatif seperti *gadget* untuk anak. Hal ini akan berdampak negatif yang dihasilkan jika anak usia balita lebih sering memainkan *gadget* daripada mainan konvensional interaktif yang tidak berbasis media digital elektronik. Menurut sumber *id.theasianparent.com*, berdampak negatif tersebut terhadap perkembangan anak antara lain gangguan tidur, keterlambatan bicara, sikap pasif, fungsi mata terganggu, sulit konsentrasi, radiasi, dan kecanduan. Menurut Martha Farah, Direktur *Centre for Neuroscience and Society di The University of Pennsylvania*, menyimpulkan bahwa stimulasi kognitif anak akan memiliki dampak signifikan jika si anak distimulasi menggunakan buku, mainan yang mendidik, ataupun alat musik yang nyata. Hal ini dikarenakan anak dapat mengenal huruf warna, ataupun angka secara langsung tanpa perantara layar kaca. Artikel Koran Lifestyle Metropolis Jawa Pos Jumat 21 Januari 2014, psikolog anak Seto Mulyadu menyatakan, pengenalan *gadget* yang dilakukan ke anak sedari kecil sangat berbahaya, karena usia ideal anak-anak berkenalan dengan piranti elektronik adalah 10 tahun. Sedangkan di bawah 10 tahun, itu berpengaruh pada kepribadian anak, dengan maksud anak cenderung lebih tertutup terhadap kondisi lingkungan. Mereka akan kehilangan kontrol dan lebih banyak melakukan kegiatan sia-sia atau *gadget freak*. Karena begitu pesatnya tren perkembangan teknologi yang tidak bisa dilawan, dibutuhkan peran orang tua sepenuhnya terhadap pemilihan media bermain dan juga belajar yang tepat untuk anak sehingga dapat mengoptimalkan aspek-aspek perkembangan anak.

Taan (2010) menyebutkan riset pemasaran adalah fungsi yang menghubungkan konsumen, pelanggan, dan publik dengan pemasar melalui informasi-informasi yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang, membantu kinerja pemasaran dan memperbaiki pengertian pemasaran sebagai suatu proses. Riset pasar perlu dilakukan sebelum memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru, maupun mempertahankan usaha yang sudah ada. Oleh sebab itu riset pasar berperan penting pada situasi ini untuk menilai potensi dan minat pasar terhadap ide pengembangan produk yang akan dilakukan, agar dapat mengurangi segala resiko yang mungkin terjadi. Riset pasar pada penelitian ini juga berguna untuk memperoleh strategi peningkatan daya saing yang tepat sehingga usaha yang telah dirintis dapat terus bertahan dan berkembang.

## 1.2. Rumusan Masalah

Memperkenalkan produk baru merupakan salah satu situasi di mana riset pasar dibutuhkan. Gagasan untuk membuat pengembangan produk dan melakukan pemasaran produk Lintasan Kelereng berbasis *Knock Down*, 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 latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan gambaran kondisi dan potensi pasar terhadap Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down*.
2. Mendapatkan lembar kuesioner untuk mengetahui minat pasar terhadap produk Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down*.
- 3.

## 1.4. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak langsung 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 (*Work Sheet*) sebagai panduan dan pedoman dasar dalam penyusunan kuesioner.

## 2. METODE

### 1.1. Alat dan Bahan

Penelitian ini menggunakan Lembar Kerja (*Work Sheet*) 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 survey 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 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 (survey, 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, survey maupun wawancara bisa dimasukkan disini.

## **2.2. Pelaksanaan**

### **Studi Lapangan**

Studi lapangan dilakukan di kota Yogyakarta dan kota Surakarta dengan mencari informasi secara langsung kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan Alat Permainan Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down*. Pihak yang bersangkutan yaitu orang tua dan pelaku usaha sendiri. Informasi tersebut antara lain spesifikasi produk dan proses produksi Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down*. Data-data tersebut diperoleh melalui proses observasi dan wawancara. Hal ini dilakukan sebagai penelitian pendahuluan sebelum nantinya didapatkan data dari kuesioner.

### **Wawancara dan *Brainstorming***

Proses pada tahap ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai produk Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down* yang akan diproduksi. Sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan alternatif pasar potensial, yang dapat menerima produk tersebut. Informasi tersebut diperoleh melalui proses wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan.

### **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 pendahuluan, 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 riset pasar dan untuk menguji hipotesis awal. Data sekunder yang dibutuhkan antara lain Demografi penduduk DIY dan kompetitor APE di Kota Yogyakarta dan Kota Surakarta, *supplier* dan harga bahan baku, dan lain-lain. Data sekunder didapatkan melalui pencarian di dinas-dinas terkait, melalui website, 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 sampai akhir proses riset. Jika tidak valid, maka perlu ditetapkan hipotesis baru dalam proses riset pasar.

### **Penjabaran Kompetensi**

Penjabaran kompetensi bermanfaat untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari gagasan inovasi produk Lintasan Kelereng berbasis *Knock Down* pada umumnya. Pengetahuan mengenai gagasan inovasi produk dan bisnis yang di riset dapat digunakan untuk memberikan penjelasan lebih kepada responden.

### **Penjabaran Kompetisi**

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

yang sudah ada saat ini dan menetapkan strategi yang nantinya dapat diterapkan pada gagasan inovasi produk yang di riset.

### Penyusunan Kuesioner

Proses ini merupakan proses yang akan menghasilkan data primer yang didapatkan dari responden. Responden yang dipilih adalah keluarga dan masyarakat dengan area penyebaran di Kota Yogyakarta dan Kota Surakarta.

### Kesimpulan

Hasil akhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dari analisa data primer yang telah dilakukan. Kesimpulan tersebut dapat digunakan untuk menyusun kuesioner yang siap disebar kepada responden. Kuesioner ini berfungsi mengetahui minat pasar terhadap produk Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down*, 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 (*Work Sheet*) yang telah dikerjakan adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. Describing your target customer**

MENJABARKAN TARGET CUSTOMER KITA	
Jenis Kelamin (Laki-laki/Perempuan)	laki-laki atau Perempuan
Rentang Usia	25-50 tahun
Tipe pekerjaan (eksekutif, pegawai kantor, sales, teknisi, pelajar, mahasiswa, pemilik bisnis, pensiunan)	Pegawai Kantor , Wiraswasta
Pekerjaan khusus (jika diperlukan)	-
Rentang Pendapatan/Uang Saku	>Rp 2.000.000
Hobi	edukasi, ketangkasan, belanja
Karakteristik penting lainnya	tertarik dengan inovasi, artistic
Keuntungan/manfaat yang didapatkan jika customer ini membeli produk/jasa kita	Mendidik anak , meningkatkan kreativitas anak dan mengembangkan aspek kognitif

Pada lembar kerja diatas, akan menjadi butir-butir pertanyaan tentang latar belakang responden pada bagian awal. Latar belakang responden ini bertujuan untuk mengetahui apakah responden termasuk dalam populasi penelitian.

**Tabel 2. Formulating your basic research questions**

<b>Bisnis/Produk/Jasa saya adalah :</b>		
Riset Pasar Pembuatan Lintasan kelereng Berbasis <i>Knock Down</i>		
<b>Hipotesis yang akan diuji :</b> Produk ini mungkin dapat untuk belajar anak-anak, untuk menambah inovasi/kreatifitas		
<b>No.</b>	<b>Pertanyaan dasar riset</b>	<b>Kemungkinan jawaban (diisi nanti)</b>
1	Apakah anda mempunyai anak?	
2	Apa Jenis kelamin anak anda?	
3	Berapa jumlah anak anda?	
4	Berapa umur anak anda?	
5	Apakah anda tertarik dengan permainan Ketangkasan?	
6	Apakah anda tertarik dengan permainan Ketangkasan?	

- 
- 7 Apakah anda pernah membelikan salah satu jenis permainan untuk anak?
  - 8 Di mana anda pernah membeli?
  - 9 Berapa harga permainan yang pernah anda beli?
  - 10 Dengan siapa anak anda biasanya bermain?
  - 11 Berapa lama waktu anak anda bermain?
  - 12 Apa dampak positif permainan tersebut yang anda lihat pada anak?
  - 13 Apakah anda tertarik membelikan mainan lintasan kelereng untuk anak anda?
  - 14 Apakah anda termotivasi untuk mengajarkan permainan lintasan kelereng untuk anak anda?
  - 15 Apakah mainan lintasan kelereng membahayakan bagi anak anda?
  - 16 Untuk keperluan apakah anda membeli mainan lintasan kelereng?
  - 17 Varian apa yang anda inginkan?
  - 18 Terbuat dari apakah mainan lintasan kelereng yang anda inginkan
  - 19 Harga yang anda inginkan dari permainan lintasan kelereng berbasis knock down ini?
- 

Lembar kerja ini berisi hipotesis awal yang terbentuk dari hasil wawancara dan *brainstorming* dengan pemilik usaha dan orang tua yang mempunyai anak. 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
Statistik demografi : Jumlah penduduk kota Yogyakarta dan kota Surakarta
Data studi ilmiah : Rancang Bangun Compact Marble Toys dengan Kombinasi Mekanisme Pengangkat Tangga dan Kincir; Riset Pasar Produk Pin Magnet Sebagai Alat Permainan Edukatif Dalam Lingkup Perkembangan Kognitif Bagi PAUD; Pengembangan Desain Dan Manufaktur Mainan Mekanik Edukatif Untuk Mendukung Kemajuan Industri Kreatif
Data survei media : SNI Mainan Anak Wajib Tahun ini; Pemberlakuan SNI Mainan Anak Indonesia, Lindungi Anak ; Impor Mainan Anak-Anak dari China Turun; Siasat Jitu Memilih Mainan Anak; Aktivitas /Kegiatan Permainan Yang Disukai Anak-Anak; Apakah Mainan Kayu Lebih Baik Daripada Mainan Plastik? ; Konsep Permainan Edukatif PAUD; Tak Sekadar "Main Kayu" ; Mainan Tradisional Terbaik Untuk Anak; Sosialisasi SNI Mainan dan Penerapannya
Polling publik : 10 Permainan Anak Tradisional Terpopuler; Mengapa Harus Membeli Mainan Kayu?
Informasi paten dan merek dagang : Paten/ Merk dagang
Informasi legal : Meliputi seluruh aspek keamanan sesuai Peraturan Menteri Perindustrian No. 24/M-Ind/PER/4/2013
Alamat & nomor telepon :

---

Abata , Nitikan Umbulharjo 6 No:467A,Sorosutan,Umbulharjo,Jogjakarta (0857-4114-8755)  
; Panasan Central Fiber , Ruko Tanjungsari Residence No.4,Ngesrep,Ngemplak, Kab.  
Boyolali,Jawa Tengah ; Jl. Taruma Negara 1 ,Banyuanyar Rt 3/Rw 8 kec. Banjarsari.

<sup>1</sup> Prosedur dan informasi bisnis : Bersertifikasi SNI

<sup>1</sup> Spesifikasi dan harga : Bahan Kayu; lem aica ibon,paku kayu, besi beton, cat kayu anti toxcin

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 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				
No.	Pertanyaan Tambahan	Data Primer	Data Sekunder	Metode yang memungkinkan
1	Tambahan mekanisme mainan manakah yang anda sukai?	√	√	Wawancara dan survey
2	Dimensi lintasan yang diinginkan?	√	√	Wawancara dan survey
3	Kelengkapan satu set apa saja yang anda inginkan?	√		Wawancara
4	Apakah setuju, tambahan lintasan sebagai adu ketangkasan?	√		Wawancara
5	Jika ya, alasannya ?	√		Wawancara
6	Model halang rintang manakah yang anda sukai ?	√	√	Survey, Wawancara

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 kostumer terhadap produk Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down*.

**Tabel 5 : Checking Your Hyphotesis**

MEMERIKSA HIPOTESIS	
Hipotesis yang diperiksa adalah produk ini akan diminati oleh orang tua yang sudah mempunyai anak untuk edukasi bagi anaknya dan harga produk kisaran mencapai Rp. 400.000 samapai Rp. 800.000	
<b>No.</b>	<b>Temuan Penting dari Riset Anda</b>
1.	Banyak produk menggunakan bahan kayu dan logam
2.	Produk mainan anak-anak harus bersertifikat SNI
3.	Banyak produk mainan menggunakan cat anti toxcin dan cat biasa
4.	Konsumen lebih senang jika ditambahkan mekanis tambahan
5.	Kompetitor di kota Yogyakarta dan Surakarta sangat sedikit terhadap produk saya
6.	Tidak semua umur anak dapat memainkannya (>5 tahun)
7.	Anak-anak sangat memerlukan alat untuk bermain

**Tabel 5.1 : (lanjutan)**

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 checked="" type="checkbox"/>	YA	<input type="checkbox"/>	TIDAK
3.	Jika TIDAK, apakah Anda akan :	<input type="checkbox"/>	YA	<input type="checkbox"/>	TIDAK
	a) Menuliskan kembali hipotesis Anda?	<input type="checkbox"/>	YA	<input type="checkbox"/>	TIDAK
	b) Mencari informasi lagi?	<input type="checkbox"/>	YA	<input type="checkbox"/>	TIDAK
	c) Membatalkan project ini?	<input type="checkbox"/>	YA	<input 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 Yogyakarta dan Surakarta.

**Tabel 6 : What You Already Know About Your Business**

APA YANG KAMU TAU TENTANG BINSISMU
1. Apa komentar yang pernah anda dengar dari pelanggan? a. Komentar Positif <u>mengalami trend yang positif dan cenderung untuk selalu meningkat, karena semakin banyak orang sadar akan pentingnya mainan kayu anak yang berperan meningkatkan perkembangan aspek kognitif dan meningkatkan kreativitas anak</u> b. Komentar Negatif beberapa masih ragu akan lintasan kelereng jika tidak di bimbing orang tua. Seperti kelereng, mudah tertelan oleh anak-anak
2. Apakah ada konsumen yang secara konsisten menanyakan suplai produk saya? Ada, para orang tua dan masyarakat
3. Apakah ada komplain dari pelanggan? Ya _____ Tidak <input checked="" type="checkbox"/>
4. Jika ya, apa yang bisa saya lakukan ?
5. Apa komentar yang pernah saya dengar dari orang-orang di sekitar? ( dari anggota keluarga dan teman-teman)? Teman)? Sangat setuju karena lintasan kelereng dapat meningkatkan kreativitas anak
6. Apakah jurnal atau artikel yang pernah saya lihat berkaitan dengan usaha saya? Rancang Bangun Compact Marble Toys dengan Kombinasi Mekanisme Pengangkat Tangga dan Kincir Riset Pasar Produk Pin Magnet Sebagai Alat Permainan Edukatif Dalam Lingkup Perkembangan Kognitif Bagi PAUD; Perancangan Media Interaktif Pengenalan Alphabet Berbasis Alat Permainan Edukatif Untuk Anak Usia 2-4 tahun
7. Apakah yang telah saya pelajari dari organisasi yang pernah saya ikuti? -
8. Apakah musim, hari, atau waktu yang paling baik untuk memasarkan produk saya? sehari dalam seminggu, karena orang tua cenderung mempunyai waktu luang terbatas. <u>jadimemanjukkan anaknya pada hari libur.</u>



9. Apakah ada masalah pelanggan atau karyawan ? jika demikian , bagaimana saya bisa belajar lebih banyak tentang mereka dan meningkatkan produk atau jasa saya?

tidak ada

Lembar kerja keenam berisi komentar orang-orang di sekitar tentang produk. Dari penelitian pendahulu, didapatkan bahwa Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down* akan dapat diterima oleh pasar.

**Tabel 7 : Your Competition**

<b>KOMPETISI ANDA</b>
<b>Apa yang saya tahu tentang pesaing saya</b>
1 Menggunakan bahan yang lebih awet dan tidak berbahaya
2 Banyak produk yang dijual tetapi masih sederhana
3 Situs website dan media sosial menjadi populer untuk berjualan permainan anak edukatif
4 Pemasaran produk dapat diikutsertakan dalam event-event mainan anak
4 Mulai banyak pesaing dari produk sejenis di Indonesia
5 Kebanyakan pesaing sudah melakukan penjualan produk melalui internet
6 Harus membangun jaringan dan kerjasama untuk mendapatkan banyak <i>supplier</i>
7 Hanya distributor tertentu yang mempunyai kualitas dan <i>packaging</i> yang baik
8 Pemasaran awal dapat dilakukan melalui jaringan internet

Lembar kerja ketujuh berisi kompetisi dari produsen produk Lintasan Kelereng berbasis *Knock Down* yang ada saat ini. Lembar kerja ini berguna untuk membuat pertanyaan di kuesioner perihal pengetahuan responden tentang kompetitor, produk Lintasan Kelereng sejenis dari kompetitor dan strategi penjualan yang digunakan.

**Tabel 8 : Your Competitor**

<b>PESAING ANDA</b>
<b>Panasan Central Fibre</b>
Ruko Tanjungsari Residence No.4, Ngesrep, Ngemplak, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah, Indonesia Telepon 0856-4055-5777 Email : <a href="mailto:centralfibre@gmail.com">centralfibre@gmail.com</a> Website : <a href="http://www.central-fibre.com">www.central-fibre.com</a>
<b>Apa yang saya tahu tentang pesaing saya</b>
1 Menggunakan media internet sebagai sarana pemasaran dan promosi
2 Mempunyai berbagai macam alat peraga edukatif, mainan indoor dan outdoor, perlengkapan sekolah, fasilitas umum, mandi bola, waterboom dll
3 Kualitas bahan sangat bagus dan harga Rp. 30.000,- (model sederhana)
4 Produk yang dibuat merupakan buatan lokal
5 <i>Packaging</i> barang sudah memakai plastik dengan rapi
6 Sudah memiliki ijin dari pemerintah
7 Belum memiliki SNI

- 
- 8 Memiliki kerjasama dengan di daerah Klaten
  - 9 Tidak ada harga di setiap produk yang dipasarkan di internet, maka pembeli harus menghubungi pihak distributor terlebih dahulu
- 

**Tabel 9 : Your Competitor**

<b>ABATA</b> Ruko Tanjungsari Residence No.4, Ngesrep, Ngeplak, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah, Indonesia Telepon 0856-4055-5777 Email : cv.abata@gmail.com Website : www.migunani.com
---

**Apa yang saya tahu tentang pesaing saya**

- 1 Menggunakan media internet sebagai sarana pemasaran dan promosi
  - 2 Mempunyai berbagai macam alat peraga edukatif, mainan indoor dan outdoor, mainan edukatif standart, mainan edukatif kualitas menengah, alat musik dan mainan besar
  - 3 Kualitas bahan bermacam macam kualitasnya dan harga Rp 30.000.- (model sederhana)
  - 4 Produk yang dibuat merupakan buatan lokal
  - 5 *Packaging* barang sudah memakai plastik dengan rapi
  - 6 Sudah memiliki legalitas SIUP:287/12-05/PR/XI/2012; TDP : 120535202470 ; RKP : PEM-00970/WPJ.23/KP.0203/2012
  - 7 Terdapat katalog produk dan harga agar pembeli dengan mudah mencari informasi
- 

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 Lintasan Kelereng berbasis *Knock Down*.

**4. KESIMPULAN DAN SARAN****4.1. Kesimpulan**

Sesuai dengan tujuan penelitian yang ada, kesimpulan ini akan dibagi menjadi dua poin, yaitu mengenai kondisi dan potensi pasar Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down* yang ada dan lembar kuesioner untuk mengetahui minat pasar terhadap produk. Kondisi dan potensi pasar Lintasan Kelereng Berbasis *Knock Down* masih sangat besar, hal tersebut di tunjukkan dari data sekunder yang diperoleh.

Poin kedua adalah lembar kuesioner yang siap disebarakan kepada responden, terdiri dari 29 butir pertanyaan kuesioner, 4 pertanyaan dari lembar kerja 1 yang digunakan untuk menginvestigasi target *customer*, 19 pertanyaan dan lembar kerja 2 yang digunakan untuk menginvestigasi pertanyaan dasar dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, dan 6 pertanyaan dari lembar kerja 4 yang digunakan untuk menginvestigasi pertanyaan tambahan dari hasil pencarian data sekunder. Untuk detail kuesioner ada pada penulis.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Haryo S.,Bhekti , 2011 , Rancang Bangun *Compact Marble Toys* Dengan Kombinasi Mekanisme Pengangkat Tangga Dan Kincir, Universitas Diponegoro Semarang.
- Prasetya A., Adrih, 2011 , Rancang Bangun *Compact Marble Toys* Dengan Model Mekanisme Pengangkat Jungkat - Jungkit, Universitas Diponegoro Semarang.
- Ardian K., 2014 ,Yohanes ,Analisis Kelayakan Dan Desain Usaha Industri Produk Sikat Gigi Kayu Sebagai Sikat Gigi *Polystyrene* , Universitas Diponegoro Semarang.
- Pradana S., Charles de Foucould , 2014 ,Riset Pasar Produk Pin Magnet Sebagai Alat Permainan Edukatif Dalam Lingkup Perkembangan Kognitif Bagi Pendidikan Anak Usia Dini , Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
-