

## PERANCANGAN IDE BISNIS “LITTLE LEARNERS” *FLASHCARDS*

Jesslyn Faustina

Hutomo Setia Budi

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

### ABSTRAK

Penelitian ini mengambil tema hubungan antara karya desain komunikasi visual dengan pengembangan *entrepreneurship* yang bertujuan untuk memecahkan permasalahan terhambatnya edukasi pada anak-anak usia 3 hingga 5 tahun yang disebabkan ketergantungan pada *gadget* atau perangkat genggam (Radesky & Schumacher, 2014), melalui perancangan sebuah ide bisnis. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif melalui wawancara dengan tiga orang profesional dalam bidang pendidikan anak usia dini, observasi *group play* pada 5 orang anak usia 4 dan 5 tahun, didukung oleh studi literatur dengan sumber informasi jurnal, buku, serta artikel dari internet. Pengumpulan data dan analisa menghasilkan ide bisnis “Little Learners” *Flashcards*, yaitu alat bantu belajar berupa kartu yang dilengkapi dengan beragam aktivitas yang dapat dikerjakan oleh anak-anak usia 3 hingga 5 tahun. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa “Little Learners” *Flashcards* dapat menjadi solusi yang efektif, karena *flashcards* dapat mengasah kemampuan anak dalam berbagai aspek seperti motorik, visual, dan verbal, serta mendorong anak untuk lebih proaktif. Selain itu, flashcard juga dapat menjadi wadah bagi orangtua untuk lebih terlibat dan berinteraksi dengan anak-anak mereka. Berdasarkan respon positif yang didapat dalam penelitian, bisnis ini memiliki peluang. Keberlanjutan bisnis ini juga cukup terjamin karena masih banyak bahan pembelajaran yang dapat dieksplor dan direpresentasikan dalam bentuk *flashcard*.

**Kata Kunci:** Desain, *Entrepreneurship*, Bisnis, Edukasi, Anak

### ABSTRACT

*This study focuses on the relationship between visual communication design and entrepreneurship, which aims to generate a solution for the educational issue in children aged 3 to 5 caused by over-attachment to mobile devices (Radesky & Schumacher, 2014), through designing a business concept. Research was conducted with qualitative methods, including interviews with three professionals in the field of early education, a group play observation of 5 children aged 4 and 5, supported by literature review from related journals, books, and online articles. Research and analysis produced the business concept “Little Learners” Flashcards, a learning aid in the form of flashcards with various activities to do for children aged 3 to 5. This study concludes that “Little Learners” Flashcards can be an effective*

*solution, due to the fact that flashcards exercise different skills such as motor, visual, and verbal skills, and at the same time encouraging children to be more engaged. Moreover, flashcards can help parents be more involved and interactive with their children. Based on positive responses from the research, this business looks prospective. The sustainability of this business is also guaranteed, seeing as there are countless educational materials that are yet to be explored and represented in flashcard form.*

**Keywords:** *Design, Entrepreneurship, Business, Education, Children*

## PENDAHULUAN

Dewasa ini, perangkat genggam seperti ponsel, tablet, dan permainan elektronik telah meningkatkan aksesibilitas dan penggunaan teknologi, terutama oleh anak-anak usia dini (Rideout, 2013). Penggunaan teknologi oleh anak usia 3 hingga 5 tahun seharusnya dibatasi hanya satu jam per harinya (Strasburger & Hogan, 2013). Namun, pada kenyataannya, penelitian oleh Kaiser Foundation menemukan bahwa anak-anak menggunakan teknologi 4 hingga 5 kali lipat lebih lama dari batas yang dianjurkan per harinya (Rowan, 2015).

Meskipun perangkat genggam juga dapat membantu pembelajaran anak, keterampilan pra-akademik penting lainnya seperti pengendalian diri, empati, keterampilan sosial, dan pemecahan masalah hanya dapat dipelajari melalui interaksi dan eksplorasi anak dengan lingkungan, serta kegiatan-kegiatan yang mengasah kreativitas. Penggunaan teknologi yang berlebihan oleh anak juga dapat mengurangi konsentrasi, memicu perilaku impulsif, gangguan belajar, serta menghambat komunikasi dan interaksi anak dengan orangtua (Radesky & Schumacher, 2014). Maka dari itu, anak-anak membutuhkan alat bantu belajar yang lebih efektif, yang dapat mendorong mereka untuk berinteraksi secara fisik dan mengasah berbagai aspek kecerdasan.

Salah satu alat bantu belajar yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut adalah *flashcard*. Arti *flashcard* menurut kamus Merriam-Webster adalah, “kartu yang memiliki kata-kata, angka, atau gambar di atasnya dan yang digunakan untuk membantu siswa belajar tentang subjek tertentu.” Teori *Multiple Intelligence* yang dikemukakan oleh Howard Gardner menyatakan bahwa manusia memiliki kecerdasan dan cara belajar yang berbeda-beda, antara lain visual-spasial, musikal, kinestetik, verbal-linguistik, interpersonal, intrapersonal, logika-matematika dan naturalistik (Gardner, 2011). Karena sebagian besar anak memiliki kecerdasan visual-spasial, maka *flashcard* dengan gambar dan warna-warna yang cerah dapat mempermudah mereka untuk belajar. *Flashcard* merupakan alat yang dapat berguna dalam setiap tahap pembelajaran dan merupakan cara yang efektif untuk mengajarkan dan melatih kosa kata. Aktivitas tambahan pada *flashcard* juga dapat membantu anak-anak yang cara belajarnya secara kinestetik. (Budden, 2004).

Mengamati permasalahan edukasi anak yang telah dipaparkan di atas, serta untuk menjawab kebutuhan akan alat bantu belajar yang lebih efektif, penulis menciptakan solusi sekaligus mengambil peluang bisnis melalui sebuah bisnis *flashcard*. Penelitian ini bertujuan untuk merancang bisnis tersebut sebagai solusi dari permasalahan di atas melalui bidang studi *entrepreneurship* dan desain komunikasi visual.

## METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Bogdan & Taylor, metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2012). Rentang waktu pelaksanaan penelitian adalah 14 Oktober 2016 hingga 11 November 2016.

### Metode Pengumpulan Data Primer

Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan memperoleh data secara langsung dari objek yang diteliti, yaitu melalui wawancara dengan tiga orang narasumber dan observasi atau pengamatan langsung lewat *group play* dengan anak-anak. Observasi *group play* dilaksanakan pada 1 November 2016 bertempat di SparKids Tutoring Center, Surabaya dalam pengawasan seorang profesional dengan objek penelitian 4 orang anak usia 5 tahun dan 1 orang anak usia 4 tahun.

### Metode Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Pengumpulan data sekunder diperoleh melalui studi literatur dengan sumber informasi jurnal, buku, serta artikel dari internet.

Teori *Business Model Canvas* yang diambil dari buku "*Business Model Generation*" yang ditulis oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2012) digunakan sebagai acuan elemen-elemen dasar yang diperlukan untuk merancang bisnis *flashcard*. Teori inovasi yang diambil dari buku "*Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs*" yang ditulis oleh Larry Keeley (2013) digunakan sebagai alat bantu untuk memberi nilai tambah pada bisnis *flashcard*.

### Profil Narasumber

Narasumber yang diwawancarai adalah mereka yang memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam bidang pendidikan anak usia 3-5 tahun, antara lain:

- Bapak Edy Wibowo Widjaja, seorang pengajar dan pengelola kursus SparKids Tutoring Center, Surabaya.
- Ibu Dyta Parianto, seorang guru bahasa Inggris yang memiliki pengalaman menangani anak-anak usia 3-5 tahun.
- Ibu Catherine, M.K., seorang psikolog anak dan dosen jurusan psikologi di Universitas Ciputra, Surabaya.

## PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian Kualitatif Berdasarkan Wawancara

Berikut rangkuman data primer yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan tiga orang narasumber.

#### 1. Mengenai Perkembangan Anak Usia 3-5 Tahun

Anak dengan usia hingga 3 tahun masih eksploratif. Mereka masih berusaha mengenal *body awareness*, seperti berat badan mereka, melompat, merangkak, dan sebagainya. Sedangkan mulai usia 4 sampai 5 tahun, karena tuntutan akademik mereka sudah harus mengenal *fine motor* atau motorik halus seperti belajar menulis, mewarnai di dalam garis, dan sebagainya. Kemudian, dalam

bersosialisasi atau membangun relasi, anak-anak membutuhkan kegiatan yang membutuhkan fisik, seperti bermain dengan ayah dan ibunya.

## 2. Mengenai Kemampuan Anak Usia 3-5 Tahun

Kemampuan yang dimiliki anak ini tergantung dari apa yang diajarkan orangtuanya pada usia dini. Apabila orangtua rajin mengajari anak, maka anak tersebut lebih cepat perkembangannya. Namun, jika orangtua hanya membiarkan anaknya bermain *gadget* dan menonton televisi, maka hasilnya anaknya yang sudah berusia 5 tahun mungkin saja belum bisa membaca sama sekali. Sebab, bermain *gadget* hanya membutuhkan 2 gerakan jari yaitu *touch & swipe*, tidak mengasah kemampuan lainnya.

## 3. Mengenai Cara Belajar Anak Usia 3-5 Tahun

Cara belajar anak-anak usia 3-5 tahun kebanyakan adalah secara visual. Mereka tertarik dengan warna-warna yang terang. Karena itulah anak-anak begitu tertarik melihat *gadget*, sebab gambar yang ditampilkan di *gadget* berubah-ubah, bergerak, dan berwarna terang. Mereka lebih mudah mengerti dengan bentuk gambar karena gambar dapat berbicara lebih banyak daripada tulisan. Dengan melihat gambar mereka bisa berimajinasi dan mengartikan sendiri apa arti atau cerita dari gambar tersebut. Karena itu, media belajar untuk anak-anak tidak membutuhkan banyak tulisan. Anak-anak lebih mudah fokus kepada suatu gambar dibandingkan tulisan yang kecil.

Mengajar dalam bahasa Inggris pada anak usia tersebut dimulai dengan gambar dan kosa kata terlebih dahulu. Kemudian, anak akan dikenalkan dengan huruf dan metode *phonics* (membaca dengan mengenali bunyi huruf). Latihan membaca dimulai dengan kata-kata yang terdiri dari 3 huruf, kemudian kata-kata lebih panjang yang memiliki *consonant blend* atau gabungan 2 konsonan (contoh: th, sh, wh, dsb.) dan *long vowels* (contoh: ue, oo, ou, dsb.).

## 4. Mengenai Peran *Flashcard* dalam Aktivitas Belajar Mengajar

*Flashcard* memiliki banyak fungsi dan membantu anak dalam banyak area seperti memori, ketajaman visual, dan kemampuan komunikasi interaktif. Satu lembar *flashcard* bisa menjelaskan banyak hal.

*Flashcard* sangat membantu pembelajaran anak karena gambar-gambar dan warna-warnanya yang cerah membuat anak lebih mudah menegerti dan mengingat, dibandingkan belajar hanya dengan menulis ulang suatu kata, yang biasanya tidak mereka sukai. *Flashcard* juga membantu anak memahami *sight words*, yaitu kata-kata umum yang dapat dihafalkan hanya dengan pengelihatian, tanpa harus dibaca, sehingga anak dapat otomatis mengenalinya.

*Flashcard* menarik bagi anak jika ada instruksi dan unsur permainannya. Misalnya, menyusun huruf-huruf untuk membentuk kata, menyusun langkah-langkah yang membentuk suatu gerakan, melakukan gerakan, dan meniru suara.

*Flashcard* sangat disukai oleh guru karena selain mengajarkan keterampilan juga sekaligus mengajarkan *vocab* atau kosa kata, lafal kata dan juga membaca. Jadi, *flashcard* sangat berguna baik bagi anak maupun guru dan orangtua.

## Analisa dan Perancangan Ide Bisnis

Berdasarkan informasi yang dikemukakan oleh narasumber serta informasi yang didapat dari studi literatur, salah satu alat bantu belajar yang efektif dan digemari oleh anak-anak adalah *flashcards*. Atas dasar itulah penulis memilih mengembangkan *flashcard* menjadi sebuah bisnis dengan *brand* “Little Learners” *Flashcards*.

Kategori inovasi “Little Learners” *Flashcards* adalah *mastery*. Menurut teori *Ten Types of Innovation*, *mastery* berarti ketika perusahaan membantu customer untuk mendapatkan keahlian atau pengetahuan yang mendalam tentang beberapa kegiatan atau subjek (Keeley, 2013). Dalam hal ini, inovasi yang dimiliki “Little Learners” *Flashcards* adalah pada konten kartunya yang tidak hanya gambar dan tulisan saja, namun setiap kartu memiliki aktivitas yang dapat dikerjakan oleh anak, seperti menghubungkan titik-titik, melengkapi kata, mewarnai, melingkari objek, dan sebagainya. Tidak hanya membantu anak-anak belajar, “Little Learners” *Flashcards* juga memberi beberapa tips bagi orangtua di bagian belakang kartu. Tips-tips ini bertujuan agar orangtua dapat mengembangkan permainan dan lebih berinteraksi dengan anak mereka.

Berdasarkan teori *Business Model Canvas*, sebuah bisnis harus memiliki *Value Proposition* atau Proposisi Nilai. Proposisi Nilai dapat memecahkan masalah pelanggan atau memuaskan kebutuhan pelanggan. Proposisi Nilai merupakan kesatuan, atau gabungan, manfaat-manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan (Osterwalder & Pigneur, 2012). Dalam hal ini, Proposisi Nilai yang ditawarkan oleh “Little Learners” *Flashcards* adalah *Convenience/Usability* dan *Performance*. Proposisi Nilai *Convenience/Usability* berarti menjadikan segala sesuatunya lebih nyaman dan lebih mudah digunakan (Osterwalder & Pigneur, 2013). Karena berbentuk kartu, “Little Learners” *Flashcards* lebih mudah dibawa-bawa dibandingkan alat bantu belajar lain seperti buku. Selain itu, kartu “Little Learners” *Flashcards* dapat dihapus jika ditulis dengan spidol papan tulis, sehingga anak-anak tidak perlu takut salah ketika mengerjakan aktivitas dan kartu bisa digunakan lagi. Kemudian, Proposisi Nilai *Performance* berarti meningkatkan kinerja konsumen menjadi lebih efisien atau efektif (Osterwalder & Pigneur, 2012) dan nilai ini ada pada “Little Learners” *Flashcards* karena produk ini membantu orangtua maupun guru untuk lebih mudah mengajar dan berinteraksi dengan anak, serta membantu anak itu sendiri untuk belajar dengan cara yang lebih interaktif dan variatif.

*Customer Segment* atau Segmen Pelanggan “Little Learners” *Flashcards* adalah *mass market* (pasar massa) yang memiliki kebutuhan alat bantu belajar untuk anak usia 3-5 tahun, termasuk orangtua, tutor atau guru les, maupun sekolah-sekolah atau tempat kursus. Target konsumen orangtua adalah khususnya orangtua yang mengutamakan dan mengikuti perkembangan edukasi anaknya dan mau terlibat dalam mengedukasi anaknya di rumah. Status sosial ekonomi yang disasar adalah kalangan menengah keatas dan oleh karena itulah produk “Little Learners” *Flashcards* ini menggunakan bahasa Inggris.

### Hasil Observasi *Group Play* dengan *Prototype Produk*

Untuk observasi atau pengamatan langsung *group play*, penulis mengumpulkan 5 orang anak yang terdiri dari 4 orang anak usia 5 tahun dan 1 orang anak usia 4 tahun, dengan didampingi seorang guru. Tujuan dari observasi ini adalah untuk menguji dan mengevaluasi *prototype flashcard* secara langsung kepada anak-anak. Dalam *group play* yang berlangsung selama kurang lebih 1 jam, anak-anak terlihat merespon baik terhadap *prototype flashcard* dan dapat mengikuti instruksi pada kartu dengan baik. Anak-anak terlihat antusias bermain dan mengerjakan aktivitas yang terdapat pada kartu. Pada akhir observasi, anak-anak menanyakan apakah mereka boleh membawa pulang beberapa kartu. Berdasarkan observasi tersebut, dapat dilihat bahwa *flashcard* merupakan alat bantu belajar yang efektif dan menarik bagi anak serta dapat mendorong anak untuk lebih proaktif dan interaktif.



Gambar 1. Observasi *Group Play*  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2016)



Gambar 2. Observasi *Group Play*  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2016)



Gambar 3. Observasi *Group Play*  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2016)

## PENUTUP

### Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan analisa terhadap permasalahan edukasi anak yang dihambat oleh ketergantungan pada *gadget* atau perangkat genggam yang kerap dijumpai pada anak-anak usia 3-5 tahun, dapat disimpulkan bahwa bisnis “Little Learners” *Flashcards* dapat menjadi solusi yang tepat. “Little Learners” *Flashcards* merupakan alat bantu belajar berupa kartu yang dilengkapi dengan beragam aktivitas yang dapat dikerjakan oleh anak-anak usia 3-5 tahun. *Flashcard* dapat mengasah kemampuan anak dalam berbagai aspek seperti motorik, visual, dan verbal, serta mendorong anak untuk lebih proaktif. Selain itu, “Little Learners” *Flashcards* juga dapat menjadi wadah bagi orangtua untuk lebih terlibat dan berinteraksi dengan anak-anak mereka. Para guru juga dapat mendapat manfaat dari “Little Learners” *Flashcards* karena *flashcard* dapat mengajarkan beberapa keterampilan sekaligus.

Bisnis ini dapat dikatakan berpeluang, mengingat wawancara dan observasi menghasilkan respon yang baik. Keberlanjutan bisnis ini juga cukup terjamin karena masih banyak bahan pembelajaran yang dapat dieksplor dan direpresentasikan dalam bentuk *flashcard*. Penjualan “Little Learners” *Flashcards* akan dilakukan secara *online* melalui situs-situs *e-commerce* dan media sosial, serta secara *offline* dengan cara menitipkan di tempat-tempat kursus dan bazaar buku atau kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan edukasi anak.

### Saran

Perancangan ide bisnis ini tentu masih menyisakan banyak hal yang dapat diteliti dan dibahas lebih dalam. Dalam penelitian ini, penulis hanya mengambil tanggapan dari para profesional di bidang pendidikan anak dan anak-anak usia 3-5 tahun, namun belum ada penelitian pada orangtua selaku calon konsumen. Saran penulis bagi penulis atau peneliti lain adalah melakukan penyempurnaan hasil penelitian maupun melakukan penelitian lanjutan terhadap calon konsumen yaitu para orangtua yang memiliki anak usia 3-5 tahun.



## DAFTAR PUSTAKA

- Budden, Joanna. Diakses tanggal 7 November 2016. *Using Flashcards with Young Learners*. <https://www.teachingenglish.org.uk/article/using-flash-cards-young-learners>.
- Gardner, Howard. 2011. *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. Basic Books: New York.
- Keeley, Larry. 2013. *Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs*. John Wiley & Sons, Inc.: Hoboken.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves. 2012. *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc.: Hoboken.
- Radesky, Jenny S., & Schumacher, Jayna. 2014. "Mobile and Interactive Media Use by Young Children: The Good, the Bad, and the Unknown." *Pediatrics*. 135,1. American Academy of Pediatrics, Illinois.
- Rideout, Victoria. 2013. *Zero to Eight: Children's Media Use in America*. Common Sense Media: San Fransisco.
- Rowan, Cris. Diakses tanggal 12 Oktober 2016. *10 Reasons Why Handheld Devices Should Be Banned for Children Under the Age of 12*. [http://www.huffingtonpost.com/cris-rowan/10-reasons-why-handheld-devices-should-be-banned\\_b\\_4899218.html](http://www.huffingtonpost.com/cris-rowan/10-reasons-why-handheld-devices-should-be-banned_b_4899218.html).
- Strasburger, Victor C., & Hogan, Marjorie J. 2013. "Children, Adolescents, and the Media." *Pediatrics*. 132,5. American Academy of Pediatrics, Illinois.