

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pada Pasal 1 butir 14 pendidikan anak usia dini (PAUD) diartikan sebagai “Suatu upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak sejak lahir sampai dengan usia enam tahun yang dilakukan melalui pemberian rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani agar anak memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut”. Pendidikan bagi anak usia dini dimaksudkan sebagai fondasi dan juga dasar kepribadian anak yang dapat bermanfaat untuk masa depan anak sehingga pendidikan usia dini merupakan hal yang sangat penting bagi semua anak usia dini [1]. Pendidikan usia dini dimaksudkan sebagai sarana tumbuh kembang anak baik secara kepribadian maupun potensial. Oleh karena itu, lembaga berperan penting dalam menyediakan sarana prasarana pendidikan bagi anak usia dini untuk tercapainya perkembangan anak baik dari aspek motorik, bahasa, kognitif, emosi dan fisik [2].

Penting bagi anak untuk memahami materi tentang hewan agar dapat mengembangkan seluruh potensi kecerdasan. Salah satu potensi kecerdasan tersebut adalah kecerdasan natural anak. Namun, lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) secara umum dijumpai masih banyak yang menerapkan metode pembelajaran konvensional [3]. Khususnya dalam pembelajaran tematik tentang hewan, beberapa PAUD yang penulis kunjungi di kawasan Bandung yaitu TK Telkom Rancaekek, TK Telkom Dayeuhkolot, TK Telkom Buah batu, TK Telkom Cibeureum dan TK Darul Hikam masih menggunakan metode konvensional seperti media foto, video, file power point, buku, Lembar Kerja Siswa (LKS) dan kunjungan (outing) ke kebun binatang yang hanya dilaksanakan setiap satu tahun sekali saja. Metode umum yang belum mengadopsi perkembangan teknologi terkini tersebut dapat berdampak pada potensi kecerdasan anak. Materi-materi tersebut berpeluang sedikit terserap karena anak akan teralihkan perhatian dan motivasi belajarnya dengan hal lain yang menurutnya lebih menarik, yang mana diakibatkan oleh kurangnya partisipasi aktif anak dalam proses pembelajaran [3]. Anak akan kurang berkembang kemampuan kognitif, motorik dan sensoriknya jika tidak diberikan rangsangan [4]. Padahal memahami materi pengenalan hewan begitu penting bagi kecerdasan natural anak. Kecerdasan natural yang terus dikembangkan akan memiliki pengaruh baik pada kognitif anak sehingga akan bekerja secara

optimal. Pengetahuan mengenai konsep alam sekitar dan hewan merupakan dasar dan pondasi bagi anak untuk mengembangkan potensi kecerdasan yang lebih kompleks pada tahap selanjutnya [5].

Selain itu, menurut Froebel, seorang ahli ilmu pendidikan mengemukakan bahwa metode belajar anak yang ideal yaitu dengan bermain dan turut aktif secara nyata dalam pembelajaran tersebut. Gaya belajar tersebut akan melatih motorik kasar dan halus, daya imajinasi kreativitas, dan kemampuan kognitif dan afektif anak. Sehingga penting bagi anak untuk merasakan pengalaman nyata dan ikut aktif saat mempelajari hewan [6]. Menurut health motivator, dr Handrawan, metode belajar afektif dimana melibatkan pengalaman dan emosi anak akan lebih efektif dari pada belajar teori saja, metode belajar tersebut membuat materi lebih mengena pada anak. Sehingga metode belajar tersebut akan menstimulasi otak anak untuk menyerap pelajaran lebih cepat dan memperoleh pemahaman yang lebih luas [7]. Metode belajar yang menerapkan gaya belajar tersebut adalah metode pembelajaran Montessori, namun metode Montessori baru diterapkan secara terbatas di perkotaan saja [8].

Oleh karena itu, startup CREDUCENT (Creative Education Center) lahir karena peluang dari permasalahan tersebut. Tujuan awal terbentuknya startup CREDUCENT yaitu untuk meraih profit dengan merealisasikan ide dan gagasan berdasarkan permasalahan pada media belajar mengenal hewan untuk anak usia dini dalam bentuk akhir produk. Startup tersebut didirikan oleh 4 orang yang memiliki visi misi yang sama dengan jabatannya sebagai CEO, COO, CCO, dan CTO. Masing-masing pendiri memiliki peran penting dalam menciptakan inovasi produk tersebut. Setelah mendefinisikan inti permasalahan dan proses curah pendapat, lahirlah sebuah inovasi media pembelajaran pengenalan hewan dalam bentuk aplikasi permainan edukasi interaktif yang termotivasi oleh metode Montessori dengan menerapkan tangible interaction. Aplikasi permainan tersebut bernama MARGA (Multimedia Embedded Rig For Guided Assistant). Sebuah aplikasi permainan interaktif pengenalan hewan yang dilengkapi dengan boneka hewan sebagai alat peraga sehingga anak dapat bermain sambil belajar serta memaksimalkan potensi kecerdasan kognitif dan kemampuan motorik halus dan sensorik anak.

1.2. Identifikasi Masalah

Penulis menyadari permasalahan metode belajar konvensional yang masih dipakai banyak PAUD dapat menyebabkan partisipasi aktif anak menurun dan memiliki pengaruh pada kecerdasan natural anak. Dalam membuat produk yang dapat mengatasi permasalahan tersebut, dibentuklah startup CREDUCENT dengan jabatan dari setiap anggotanya. Sehingga dalam Proyek Akhir ini akan berfokus pada peran jabatan Chief Content Officer dalam mengatasi permasalahan tersebut.

1.3. Solusi

Dalam mengatasi permasalahan yang sudah penulis kemukakan di bagian sebelumnya. Penulis sebagai CCO bekerja sama dengan rekan kerja di Startup CREDUCENT Bersama-sama saling bahu membahu dalam mengembangkan produk yang dapat membantu mengatasi permasalahan yang dialami oleh anak usia dini tersebut.

1.4. Target Pasar

Dalam membuat produk, penulis serta rekan startup membuat target pasar pihak-pihak terkait anak usia dini dalam skala nasional, diantaranya :

- 27 juta seluruh pihak anak usia dini.
- 26 juta orang tua anak usia dini.
- 204 ribu sekolah anak usia dini (PAUD).

1.5. Model Bisnis

CREDUCENT merencanakan model bisnis dengan 2 skema yaitu B2B dan B2C. skema B2B yaitu fokus pada penjualan langsung pada sekolah PAUD serta penjualan pada distributor. Skema B2C berfokus pada penjualan langsung pada konsumen individu seperti orang tua anak usia dini atau pihak terkait anak usia dini.

1.6. Peta Jalan Startup

Dalam beberapa tahun ke depan startup CREDUCENT memiliki rencana seperti pada gambar 1.1 di bawah ini. Pada tahun 2022 kami telah berhasil mengembangkan produk aplikasi mobile dengan teknologi Bluetooth untuk MARGA. kami juga mengadakan market validation yang bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan produk di pasaran. Serta melakukan Expert Judgement, yaitu dimana kami melakukan wawancara dengan ahli yaitu dosen PGPAUD UPI terkait produk MARGA.

pada tahun 2023 kami mengikuti inkubasi yang diadakan oleh BTP, ikut serta dalam beberapa pameran hingga mulai merencanakan promosi dan penjualan. Di tahun 2024 kami berencana untuk bersiap mengembangkan produk ke dua dan melakukan perilisan di tahun 2025.



Gambar 1 Peta Jalan CREDUCENT