

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan, implementasi, serta evaluasi usaha Dolanoo sebagai inovasi mainan edukatif berbasis sistem bermain terarah, dapat disimpulkan bahwa usaha ini telah melewati tahapan krusial dalam proses pendirian bisnis baru, yaitu fase ide, pengembangan prototipe, validasi pasar, hingga tahap komersialisasi awal.

- 1) Dari sisi nilai inovasi produk, Dolanoo tidak diposisikan sebagai *busy book* biasa, melainkan sebagai *learning system* yang terstruktur. Produk dikembangkan berdasarkan pendekatan Montessori, prinsip *concrete learning*, *learning by doing*, serta *parent involvement learning*. Sistem bermain terarah yang diterapkan memberikan diferensiasi signifikan dibandingkan produk hiburan anak konvensional. Dengan demikian, Dolanoo menjual sistem stimulasi perkembangan anak, bukan sekadar mainan.
- 2) Dari sisi model bisnis dan validasi pasar, hasil implementasi menunjukkan bahwa Dolanoo telah memperoleh penerimaan pasar baik melalui kanal *Business to Customer* (B2C) maupun *Business to Business* (B2B). *Marketplace* Shopee terbukti menjadi kanal yang stabil dan konsisten dalam menjaga arus kas bulanan. Namun demikian, pembelian oleh institusi seperti *daycare* dan lembaga pendidikan memberikan kontribusi volume penjualan yang lebih besar dalam satu kali transaksi. Hal ini menunjukkan

bahwa segmen kelembagaan memiliki daya ungkit pertumbuhan yang tinggi dan menjadi arah strategis pengembangan usaha ke depan.

- 3) Dari sisi kelayakan finansial, usaha telah mencapai titik *Break Even Point* (BEP) dan menunjukkan potensi keberlanjutan melalui adanya *repeat order*. Hal ini mengindikasikan bahwa model bisnis yang diterapkan tidak hanya layak secara konseptual, tetapi juga telah teruji secara operasional.
- 4) Dari aspek daya saing industri, Dolanoo memiliki keunggulan pada diferensiasi sistem pembelajaran, kedekatan relasional dengan institusi, serta pendekatan *handmade* yang menjaga kualitas produk. Meskipun demikian, keterbatasan kapasitas produksi dan rendahnya *brand awareness* masih menjadi tantangan dalam memperluas skala usaha.
- 5) Dari perspektif implikasi manajerial, struktur organisasi fungsional dan sistem produksi berbasis mitra dinilai sesuai dengan karakter usaha *creative startup* skala kecil. Model ini memungkinkan fleksibilitas, kontrol kualitas, serta efisiensi biaya, sehingga Dolanoo lebih tepat dikelola sebagai *startup* kreatif edukatif dibandingkan manufaktur massal.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa Dolanoo telah bergerak dari sekadar ide inovatif menjadi usaha riil yang tervalidasi pasar, memiliki kelayakan finansial, serta menunjukkan arah pengembangan yang strategis melalui penguatan model B2B dan rencana pengembangan platform digital sebagai sistem *monitoring* perkembangan anak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi usaha, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan Dolanoo ke depan.

- 1) Penguatan model Business to Business (B2B) perlu diprioritaskan melalui pendekatan *relationship marketing* yang lebih sistematis. Kerja sama kelembagaan sebaiknya tidak bersifat insidental, melainkan diarahkan pada pola kemitraan jangka panjang melalui program trial produk, paket institusi, serta kontrak pembelian rutin. Hal ini akan meningkatkan stabilitas volume produksi sekaligus memperkuat citra edukatif produk.
- 2) Pengembangan platform digital sebagai perluasan dari *progress tracker* fisik perlu direalisasikan secara bertahap. Platform ini dapat berfungsi sebagai media *monitoring* perkembangan anak, pusat edukasi orang tua, serta alat *follow-up* pelanggan. Integrasi sistem digital akan meningkatkan nilai tambah produk dan membangun ekosistem pembelajaran yang berkelanjutan.
- 3) Untuk mengatasi keterbatasan produksi *handmade*, diperlukan sistem standarisasi kualitas dan pelatihan mitra penjahit secara berkala. Penguatan SOP produksi dan quality control menjadi krusial agar ekspansi pasar tidak menurunkan mutu produk.
- 4) Strategi peningkatan *brand awareness* perlu dilakukan melalui konten edukatif berbasis *value*, bukan hanya promosi produk. Edukasi pasar mengenai pentingnya stimulasi perkembangan anak tanpa gadget harus menjadi bagian dari komunikasi merek secara konsisten.

- 5) Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk mengukur dampak penggunaan Dolanoo terhadap perkembangan anak secara kuantitatif, sehingga *positioning* sebagai *learning system* dapat diperkuat dengan data empiris.

Akhirnya, pendirian Dolanoo tidak hanya menjadi proyek akademik untuk memenuhi syarat kelulusan, tetapi merupakan fondasi awal terbentuknya usaha edukatif yang berpotensi berkembang secara berkelanjutan. Dengan strategi yang terarah, penguatan kelembagaan, serta inovasi berkelanjutan, Dolanoo memiliki peluang untuk tumbuh sebagai *creative educational startup* yang relevan dengan kebutuhan orang tua dan institusi pendidikan anak di era digital.