

PENINGKATAN PEMASARAN BAGI PENGUSAHA MIKRO ALAT PERMAINAN EDUKATIF (APE) DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Flourensia Sapty Rahayu (*saptyrahayu@gmail.com*)

Prodi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogya

Susi Widjajani (*susiwijayani@yahoo.co.id*)

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta

Wilfridus Bambang Triadi (*wilfridus.bambang@gmail.com*)

Prodi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogya

ABSTRACT. *Community service activity aims to increase knowledge for partners in terms of better product quality, and developing marketing strategies. Partners are selected on service activities are perpetrators unit small and medium businesses that have an interest in particular on the pattern of development of the child, by creating APE making industry, namely Dolanan Puzzles and Boneka Tangan Kang Bedjo. Approaches will be used to implement solutions to the problems that arises is the Virtual Store System development activities, counseling, training and mentoring. From the aspect of business management trying addressed is the problem of product marketing. The solution implemented is in the form of extension of the marketing strategy, the use of the Internet for marketing activities, and training in the use of Internet technology to marketing activities by utilizing tokopedia.com and Instagram. This addition was built 2 pieces online site for the 2nd partners as a means to market their respective products. After completion of development, partners can be trained to operate the site. Assistance activities carried out as a means of monitoring the results of education and training that have been obtained previously.*

Key words: *Micro Entrepreneur, Gaming Tool Educational, marketing, Online Sites.*

I. PENDAHULUAN

Permendiknas nomor 58 tahun 2009 mengenai standar Pendidikan Anak Usia Dini atau PAUD, telah mengatur bagaimana pentingnya penyediaan sarana dan prasarana pendidikan untuk anak usia dini dari rentang 0-6 tahun termasuk penyediaan Alat Permainan Edukatif (APE) yang berguna untuk mendukung proses belajar melalui bermain sehingga anak usia dini dapat tumbuh dan berkembang secara optimal, yang pada akhirnya siap memasuki jenjang pendidikan lebih tinggi. Usia dini sendiri merupakan masa

awal perkembangan yang paling mendasar dan fundamental untuk tumbuh kembang potensi dari anak. Periode ini disebut sebagai usia emas atau the golden ages. Pemerintah secara nyata telah menetapkan pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini sebagai salah satu dari 5 (lima) program prioritas pembangunan pendidikan nasional, dengan menetapkan 5 (lima) kebijakan dalam proses pembinaan PAUD yaitu ketersediaan lembaga PAUD yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, keterjangkauan layanan PAUD sesuai dengan kemampuan masyarakat, kualitas layanan PAUD dalam mendidik dan mengasuh anak dalam rentang usia 0-6 tahun, kesetaraan layanan PAUD untuk setiap kelompok masyarakat, dan yang terakhir adalah kepastian setiap anggota masyarakat dalam memperoleh layanan PAUD.

Sugianto (1995) mengemukakan bahwa alat permainan edukatif (APE) adalah alat permainan yang sengaja dirancang secara khusus untuk kepentingan pendidikan. Pengertian alat permainan edukatif tersebut menunjukkan bahwa pada pengembangan dan pemanfaatannya tidak semua alat permainan yang digunakan anak di TK itu dirancang secara khusus untuk mengembangkan aspek-aspek perkembangan anak. Direktorat PADU, Depdiknas (2003) mendefinisikan alat permainan edukatif sebagai segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai sarana atau peralatan untuk bermain yang mengandung nilai edukatif (pendidikan) dan dapat mengembangkan seluruh kemampuan anak.

Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pada pengembangan dan pemanfaatannya tidak semua alat permainan yang digunakan oleh peserta PAUD itu dirancang khusus untuk mengembangkan aspek-aspek perkembangan anak. Ini dapat dilihat dari beberapa jenis mainan yang yang tidak mengandung nilai edukasi, dan bahkan cenderung membahayakan, yang dapat diperoleh dengan mudah oleh masyarakat. Sedangkan secara lebih khusus lagi untuk APE terdapat beberapa parameter yang harus dipenuhi, yaitu: a). Mengandung nilai-nilai pendidikan, b) Alat permainan ditujukan untuk peserta PAUD, c) Difungsikan sebagai stimulus perkembangan peserta PAUD, d) Dapat digunakan dengan berbagai cara, bentuk dan untuk bermacam tujuan aspek pengembangan atau bermanfaat multiguna, e). Unsur keamanan atau tidak berbahaya untuk anak ditonjolkan, f) Dirancang untuk mendorong aktifitas dan kreatifitas anak, g) Bersifat konstruktif atau terdapat sesuatu yang dihasilkan.

Di DIY banyak dijumpai pengrajin Alat Permainan Edukatif (APE). Namun di antara sekian banyak pengusaha hanya sedikit saja yang dapat dikatakan berhasil meraih kesuksesan. Sebagian besar pengrajin adalah merupakan industri rumah tangga

yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Lokasi usaha para pengrajin tidak terkonsentrasi pada suatu daerah tertentu melainkan menyebar di seluruh wilayah DIY.

Permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para perajin Alat Permainan Edukatif (APE) dapat dikelompokkan dalam 2 (dua) aspek utama, yaitu :

1. Aspek Produksi

Pada aspek ini permasalahan yang muncul adalah kurang menariknya kemasan produk yang dihasilkan. Permasalahan ini dapat berakibat pada berkurangnya ketertarikan konsumen untuk membeli produk. Selama ini APE yang dihasilkan hanya dibungkus plastik biasa tanpa ada asesoris apa-apa sehingga menjadi kurang menarik. Salah satu mitra mengatakan bahwa mereka pernah menitipkan produk mereka di suatu toko, dan menjumpai bahwa produk mereka hanya diletakkan di bagian bawah almari toko dengan barang-barang yang lain seperti halnya barang-barang di gudang yang sudah terpakai. Hal ini cukup menyakitkan bagi para pengrajin. Jika kemasan produk cukup cantik dan menarik, dapat mencegah permasalahan seperti ini terjadi.

2. Aspek Manajemen Usaha

Pada aspek ini permasalahan utama yang dihadapi adalah bagaimana memperluas segmen dan jangkauan pemasaran sehingga dapat menambah penghasilan kedua mitra. Selama ini segmen pasarnya adalah sekolah-sekolah di DIY. Namun sambutan dari sekolah-sekolah ini juga kurang maksimal. Selain segmen dan jangkauan, juga dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Sebaik apapun produknya, jika tidak dibarengi dengan strategi pemasaran yang tepat akan menjadi sia-sia. Kegiatan pemasaran yang dilakukan selama ini masih secara tradisional dengan mendatangi sekolah-sekolah dan mengikuti pameran-pameran. Teknologi Informasi dapat dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran secara *online* lewat Internet. Dengan memanfaatkan Internet, tujuan memperluas segmen dan jangkauan pemasaran dapat dicapai dengan mudah. Bentuk pemanfaatan Internet bisa dalam bentuk pembuatan situs atau website, serta mengoptimalkan media social seperti facebook dan twitter yang mendukung untuk sarana promosi dan penjualan *online*.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan bagi mitra dalam hal kualitas produk yang lebih baik, dan strategi pemasaran yang berkembang. Manfaat yang diperoleh dari hasil kegiatan pengabdian ini adalah bertambahnya pengetahuan dan ketrampilan dalam aspek kualitas produksi maupun manajemen pemasaran sehingga secara mandiri dapat meningkatkan usaha mereka.

II. METODE

Pendekatan-pendekatan yang akan digunakan untuk mengimplementasikan solusi atas permasalahan diatas adalah dengan kegiatan pembangunan Sistem Virtual Store, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan.

Pembangunan Sistem *Virtual Store*. Kegiatan ini dilakukan sebagai solusi untuk menjawab permasalahan-permasalahan pada Aspek Manajemen Usaha diatas. Sistem *Virtual Store* yang akan dibangun diharapkan dapat memiliki kemampuan sebagai berikut: a) Menampilkan informasi produk beserta detilnya, b) Mengelola data konsumen, c) Memungkinkan konsumen untuk melakukan pemesanan produk berdasarkan keinginan mereka, d) Memungkinkan pengguna untuk melakukan pencarian berbagai produk, e) Melakukan transaksi jual beli barang, f) Memungkinkan konsumen untuk berkomunikasi langsung dengan penjual lewat media *chatting*.

Kegiatan Pembangunan *Virtual Store* menggunakan Metodologi Pengembangan Perangkat Lunak Tradisional yang meliputi tahapan-tahapan : 1). *Analisa Kebutuhan*. Dalam tahapan ini dilakukan analisa tentang kebutuhan-kebutuhan sistem yang akan dikembangkan baik kebutuhan fungsional maupun non fungsional. Metode penggalan kebutuhan dilakukan dengan wawancara terhadap mitra. Kontribusi mitra pada tahapan ini adalah memberikan data-data yang dibutuhkan untuk pembangunan sistem. 2). *Perancangan Sistem*. Dalam tahapan ini dilakukan pembuatan rancangan sistem yang akan dikembangkan yang merupakan hasil penterjemahan kebutuhan-kebutuhan kedalam fungsionalitas sistem secara teknis. 3). *Pengkodean dan Pengujian Sistem*. Dalam tahapan ini dilakukan pengkodean dan pengujian sistem. Pengkodean sistem dilakukan dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP. Proses pengkodean mengacu pada rancangan sistem yang telah dibuat sebelumnya. Pengujian akan dilakukan selama pengkodean berlangsung dan setelah sistem jadi. Pengujian setelah sistem jadi akan dilakukan oleh tim pengembang dan oleh mitra sebagai calon pengguna. Pengujian oleh pengguna dibutuhkan untuk meyakinkan bahwa sistem yang dibangun sudah sesuai dengan keinginan pengguna sebelum sistem ini di-*hosting*. 4). *Implementasi Sistem*. Pada tahapan ini dilakukan *hosting* Sistem *Virtual Store* ke *Internet Service Provider* (ISP). Luaran dari kegiatan Pembangunan Sistem ini adalah Sistem *Virtual Store* yang bisa diakses secara *online* lewat Internet.

Penyuluhan. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan sebagai solusi untuk menjawab semua permasalahan pada Aspek Produksi dan Aspek Manajemen. Materi yang akan

diberikan adalah tentang manajemen kualitas produk khususnya tentang pengemasan produk serta materi tentang manajemen pemasaran secara umum, dan bagaimana melakukan pemasaran secara *online*, termasuk pemanfaatan berbagai aplikasi Internet yang dapat digunakan untuk kegiatan pemasaran. Luaran dari kegiatan ini berupa sertifikat dan modul penyuluhan.

Pelatihan. Kegiatan Pelatihan dilaksanakan sebagai solusi untuk menjawab semua permasalahan pada Aspek Produksi dan Aspek Manajemen. Pelatihan pada Aspek Produksi meliputi pelatihan untuk pengemasan produk. Sedangkan pelatihan pada Aspek Manajemen Usaha meliputi pelatihan penggunaan Sistem *Virtual Store* dan teknologi Internet yang lainnya. Luaran dari kegiatan ini berupa sertifikat dan modul pelatihan.

Pendampingan. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pendampingan dalam penggunaan Sistem *Virtual Store* dan teknologi Internet yang lain untuk pemasaran produk serta pendampingan dalam hal pengemasan produk. Dalam proses pendampingan juga dilakukan pemantauan terhadap keaktifan mitra dalam mengoperasikan situs Toko Virtual dan teknologi Internet yang lain. Luaran dari kegiatan ini berupa jasa konsultasi, terutama jika pengguna ada permasalahan dalam menggunakan sistem.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pembangunan Aplikasi Virtual Store bertujuan untuk membangun aplikasi/situs virtual store untuk dapat digunakan oleh mitra kegiatan yaitu Kang Bedjo dan Dolanan Puzzle. Pembangunan situs ini membutuhkan waktu 3 bulan dengan proses pembangunan situs ini melewati tahapan sebagai berikut: Penggalian data dan kebutuhan sistem dengan cara wawancara dengan mitra, Analisa kebutuhan dan perancangan sistem, Implementasi sistem, serta Hosting situs.

Selama proses pembangunan aplikasi, mitra dilibatkan secara aktif untuk ikut mengecek dan menguji aplikasi yang akan dibangun. Masukan-masukan dan permintaan-permintaan mitra diakomodasi dengan melengkapi dan merevisi sistem yang dibangun. Setelah selesai dilakukan hosting situs di Internet. Kedua aplikasi telah berhasil dihosting dan dapat diakses secara online pada alamat :www.kangbedjo.com dan www.dolananpuzzle.com .

Aplikasi/situs yang dibangun memiliki kemampuan: mengelola data produk yang akan ditampilkan, menampilkan/display produk yang dijual, menangani transaksi pembelian dari customer, dan menghasilkan laporan penjualan.

Kegiatan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Virtual Store dilakukan kepada kedua mitra supaya mereka dapat menggunakan dan mengoperasikan semua fungsi yang ada di situs masing-masing. Hasil dari kegiatan pelatihan, mitra sudah mengerti dan memahami cara menggunakan situs, namun masih merasa sedikit kesulitan mengingat latar belakang mitra yang jarang menggunakan sarana Teknologi Informasi terutama Internet.

Setelah kegiatan ini selesai, dilakukan proses input data-data produk masing-masing mitra di situs webnya. Karena masih merasa kesulitan, untuk proses pemasukan data ini dibantu oleh programmer-programmer yang membuat situs tersebut. Mitra didampingi untuk melakukan input data.

Kegiatan Penyuluhan tentang Strategi Pemasaran diikuti oleh mitra dan beberapa pengusaha UMKM yang lain di DIY. Antusiasme peserta dapat dilihat dari kegembiraan dan komentar beberapa peserta setelah acara selesai bahwa mereka sangat senang mendapatkan ilmu tentang strategi pemasaran dimana selama ini mereka tidak memikirkan tentang strategi, hanya sekedar memproduksi dan menjual saja. Pada saat penyuluhan mereka dilatih untuk membuat rencana pemasaran produk termasuk mengidentifikasi segmen pasar yang akan mereka tuju. Pada sesi diskusi para peserta menyampaikan bahwa mereka akan menerapkan ilmu yang sudah didapatkan untuk mengembangkan usaha mereka masing-masing serta mengharapkan akan ada kegiatan-kegiatan serupa yang dapat dilakukan kembali kedepannya. Pemahaman peserta akan materi yang diberikan diukur dengan menggunakan pre kuesioner dan post kuesioner. Tabel 1 di bawah ini menunjukkan rekap hasil kuesioner sebelum dan setelah kegiatan penyuluhan.

Tabel 1. Rekap Kuesioner Sebelum & Setelah Penyuluhan (%)

N O.	PERNYATAAN	SEBELUM PENYULUHAN					SETELAH PENYULUHAN				
		STS	TS	N	S	SS	STS	TS	N	S	SS
1	Saya paham dengan konsep pemasaran			38.4 6	38.4 6	23.0 8				50.0 0	50.0 0
2	Saya paham tentang hal-hal yang harus diperhatikan dalam memasarkan produk saya.		7.6 9	15.3 8	53.8 5	23.0 8				57.1 4	42.8 6
3	Saya selalu membuat perencanaan sebelum memasarkan produk yang saya jual			30.7 7	46.1 5	23.0 8			7.14	28.5 7	64.2 9
4	Saya selalu memperhatikan dan menganggap penting pelanggan saya.				23.0 8	76.9 2				21.4 3	78.5 7
5	Saya telah menerapkan taktik & strategi ketika memasarkan produk saya.			23.0 8	46.1 5	30.7 7			28.5 7	28.5 7	42.8 6

Sumber : Data Hasil Penelitian,2015

Rubrik pilihan jawaban ada 5 yaitu STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, N: Netral, S: Setuju, dan SS: Sangat Setuju.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat pemahaman peserta akan materi yang diberikan mengalami peningkatan, semakin banyak peserta yang memahami tentang strategi pemasaran produk mereka. Tidak banyak permasalahan yang ditemui dalam kegiatan ini. Secara keseluruhan rangkaian kegiatan pada hari tersebut dapat dikatakan sukses.

Penyuluhan tentang Pemanfaatan Internet untuk Pemasaran dan Pelatihan Penggunaan Media Sosial dan Teknologi Internet yang lain untuk Pemasaran. Kegiatan ini ditujukan untuk memberikan pemahaman kepada peserta tentang pemanfaatan teknologi Internet sebagai alternatif media pemasaran. Serta menjelaskan kelebihan-kelebihan melakukan pemasaran secara online. Sebelum kegiatan dimulai peserta diberikan pretest untuk mengetahui sejauh mana mereka akrab dengan teknologi Internet. Berikut adalah rekap hasil pretest dari peserta (tabel 2):

Tabel 2. Rekap Pretest Penyuluhan dan Pelatihan Internet (%)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN		
		TP	PR	SR
1	Apakah bapak/ibu familiar dengan penggunaan komputer?	21.43	71.43	7.14
2	Apakah bapak/ibu mengetahui mengenai Internet?	35.71	42.86	21.43
3	Apakah bapak/ibu berinteraksi dengan membuka halaman Internet?	35.71	42.86	21.43
4	Apakah bapak/ibu mengetahui tentang media sosial / facebook / twitter?	28.57	50.00	21.43
5	Apakah bapak/ibu pernah mengikuti pelatihan komputer?	57.14	35.71	7.14
6	Apakah bapak/ibu pernah mengikuti pelatihan Internet?	85.71	14.29	0.00
7	Apakah bapak/ibu memiliki alamat email?	42.86	35.71	21.43
8	Apakah bapak/ibu menggunakan Internet di handphone?	50.00	28.57	21.43
9	Apakah bapak/ibu pernah memasarkan hasil karya/produk melalui Internet?	85.71	7.14	7.14

Sumber : Data Hasil Penelitian,2015

Keterangan rubrik : TP: Tidak Pernah, PR: Pernah, SR: Sering

Dari jawaban-jawaban pada tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa mayoritas peserta sudah pernah menggunakan Internet namun tidak sering. Yang sudah pernah memanfaatkan Internet untuk memasarkan produk hanya 1 orang saja dari 16 orang peserta (7,14%).

Materi untuk kegiatan pelatihan berupa pelatihan penggunaan Instagram pada handphone dan penggunaan situs mall online www.tokopedia.com. Pertimbangan penggunaan kedua teknologi tersebut adalah aplikasi Instagram saat ini sedang populer digunakan banyak orang, serta pengguna diberi kemudahan untuk dapat langsung mengunggah foto produk dari handphone mereka. Di tokopedia.com masing-masing pengusaha UMKM dapat membuka toko online mereka dengan gratis, dan target market yang sudah sangat luas.

Pada saat pelatihan peserta diminta untuk membuat akun toko online di tokopedia.com kemudian menginput data-data produk mereka. Namun karena dibutuhkan data yang lebih lengkap seperti foto-foto produk, kegiatan input data ini akan dilanjutkan di rumah masing-masing. Hasil dari kegiatan ini adalah masing-masing peserta telah memiliki akun di tokopedia.com sehingga bisa dimanfaatkan untuk kegiatan pemasaran dan penjualan produk masing-masing.

Setelah pelatihan selesai dilakukan, peserta diberi posttest untuk menguji pemahaman mereka akan materi pelatihan. Dari hasil rekap jawaban dapat ditarik kesimpulan bahwa mereka sudah memahami fungsi dari online marketing dan 100% peserta setuju bahwa pemasaran lewat Internet lebih efektif jika dibandingkan dengan pemasaran secara tradisional.

Kegiatan_Penyuluhan dan Pelatihan tentang Pengemasan Produk. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 2015 bertempat di Kantor Kecamatan Pakualaman Yogyakarta. Selain ke-2 mitra, turut hadir juga sebagai peserta, para pengusaha UMKM di daerah Pakualaman mengingat jumlah pengusaha UMKM di daerah tersebut cukup banyak. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 23 orang. Acara berlangsung mulai pukul 08.30 – 16.00. Untuk pelaksanaan kegiatan ini tim bekerjasama dengan Forum Komunikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (Forkom UMKM) Pakualaman dan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM DIY selaku narasumber.

Kegiatan dibuka dengan penyuluhan tentang pengemasan produk yang dibawakan oleh tim dari PLUT KUMKM DIY. Dijelaskan bagaimana dengan pengemasan yang menarik bisa membuat calon pembeli lebih tertarik dan mampu mendongkrak harga jual. Ditunjukkan juga contoh-contoh produk sebelum dan setelah dikemas dengan menarik dan perbedaan harga jual diantara keduanya.

Setelah penyuluhan selesai dilanjutkan dengan pelatihan pengemasan produk. Peserta dibagi kedalam beberapa kelompok kemudian masing-masing diberikan produk

untuk dikemas. Alat dan bahan untuk pengemasan telah disediakan. Masing-masing kelompok kemudian mempresentasikan hasil pengemasan mereka.

Secara keseluruhan acara ini dapat dikatakan berhasil dan semua peserta antusias dengan pengetahuan dan ketrampilan yang telah mereka dapatkan. Bagi yang merasa produknya masih dapat dikemas lebih baik lagi akan merancang kemasan untuk produk mereka di rumah. Diharapkan dengan kemasan yang lebih menarik mereka dapat meningkatkan daya jual dan harga jual produk mereka. Acara diakhiri dengan pemberian alat bantu untuk pengemasan produk berupa Vacuum Sealer yang diterima oleh ketua Forkom UMKM Pakualaman.

Kegiatan Pendampingan ini dilaksanakan untuk memantau keberlanjutan kegiatan yang dilakukan oleh mitra. Dalam hal pengemasan produk, ke-2 mitra telah berusaha untuk merancang desain kemasan untuk produk mereka masing-masing. Desain produk yang dihasilkan lebih bagus dan menarik. Hasilnya produk mereka pun layak untuk diberikan harga yang lebih tinggi. Untuk mitra dolanapuzzle telah dibuat desain dan contoh kemasan berbentuk kotak, namun mengingat untuk memproduksi kemasan dengan kualitas yang baik membutuhkan biaya cetak yang cukup banyak juga, sampai dengan laporan ini dibuat, rancangan kemasan belum diproduksi/dicetak secara massal.

Hambatan lain yang ditemui adalah belum aktifnya ke-2 mitra dalam mengoperasikan situs web, tokopedia, maupun Instagram sehingga harapan untuk peningkatan jumlah omzet penjualan juga belum dapat direalisasikan. Harapan ke depan kegiatan pendampingan ini dapat dilakukan lebih intensif lagi untuk membuat mitra menjadi akrab dengan teknologi Internet dan dapat memanfaatkannya untuk kegiatan pemasaran secara optimal.

IV. KESIMPULAN

Rangkaian kegiatan pengabdian telah selesai dilaksanakan. Kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk mengatasi beberapa permasalahan mitra dari aspek produksi dan manajemen usaha. Dari aspek produksi yang berusaha ditangani adalah tentang kualitas produk dalam hal ini tentang pengemasan produk. Kegiatan untuk mendukung aspek ini adalah diselenggarakannya kegiatan penyuluhan dan pelatihan tentang pengemasan produk yang bekerjasama dengan pihak PLUT UMKM DIY. Dari aspek manajemen usaha yang berusaha ditangani adalah permasalahan pemasaran produk. Solusi yang dijalankan adalah berupa penyuluhan tentang strategi pemasaran, penggunaan Internet untuk kegiatan

pemasaran, dan pelatihan penggunaan teknologi Internet untuk kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan tokopedia.com dan Instagram. Selain ini dibangun 2 buah situs online untuk ke-2 mitra sebagai sarana untuk memasarkan produk masing-masing. Setelah selesai pembangunan, mitra dilatih untuk dapat mengoperasikan situs tersebut. Kegiatan pendampingan dilaksanakan sebagai sarana pemantauan hasil penyuluhan dan pelatihan yang telah didapatkan sebelumnya.

V. KETERBATASAN

Permasalahan yang masih dihadapi adalah belum terbiasanya mitra menggunakan Internet sehingga situs belum dapat dioperasikan secara optimal.

VI. SARAN

Perlu kegiatan pendampingan yang lebih intensif kedepannya terutama dalam mengoperasikan situs web dan teknologi Internet yang lain untuk kegiatan pemasaran produk ke-2 mitra.

DAFTAR PUSTAKA

Direktorat Pendidikan Anak Dini Usia. 2003. Alat Permainan Edukatif untuk Kelompok Bermain. Jakarta: Depdiknas.

Permendiknas nomor 58 tahun 2009. Diakses dari situs <http://sdm.data.kemdikbud.go.id/SNP/dokumen/Permendiknas%2520No%252058%2520Tahun%25202009.pdf> pada tanggal 20 Januari 2014

Sugianto, Mayke. 1995. Bermain Mainan dan Permainan. Jakarta: Dikbud.