

# PENINGKATAN DAYA SAING PENGRAJIN APE CHELLO TOYS DI KLATEN

Eko Sri Haryanto<sup>1</sup>, Tri Prasetyo Utomo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Prodi Desain Interior

Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta

email: [ekosri@isi-ska.ac.id](mailto:ekosri@isi-ska.ac.id)<sup>1</sup>, [tripras@isi-ska.ac.id](mailto:tripras@isi-ska.ac.id)<sup>2</sup>

## Abstrak

Kecamatan Trucuk dan Pedan merupakan sentra industri APE di wilayah Kabupaten Klaten. Salah satu pengrajin yang potensial untuk dikembangkan usahanya adalah Chello Toys milik Agus Susilo. PKM dengan mitra UKM Alat Peraga Edukatif (APE) di Desa Sajen, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten, Propinsi Jawa Tengah ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan pengrajin. Potensi pengembangan produk APE (Alat permainan Edukatif) masih sangat terbuka. Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, jaringan bisnis, serta keterbatasan jumlah dan jenis peralatan menyebabkan mitra kurang maksimal dalam memanfaatkan peluang. Metode yang dilaksanakan adalah metode pelatihan dan pendampingan kepada mitra pengrajin tentang inovasi desain, produksi, dan memberikan pengarahan tentang manajemen, pembuatan materi promosi publikasi cetak, pelatihan penggunaan media online serta memberikan bantuan peralatan produksi. Kegiatan kemitraan ini diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan mitra, terkait dengan inovasi desain, produksi, alat penunjang produksi, pemasaran online, media promosi. Setelah dilakukan pendampingan, diharapkan mitra mampu menjadi pengrajin yang lebih Tangguh menghadapi era new normal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama kurun waktu sepuluh bulan. Implementasi kegiatan ini disesuaikan dengan protokol covid-19 akibat dampak pandemi. Luaran dari kegiatan ini berupa HKI, seminar, pameran, laporan kegiatan, jurnal ilmiah, materi promosi baik offline maupun online.

**Kata kunci:** APE, Chello Toys, daya saing.

## Abstract

*Trucuk and Pedan sub-districts are APE (Alat Peraga Edukatif or Educational Teaching Aids) industrial centers in Klaten Regency area. One of the craftsmen who has the potential to develop his business is Agus Susilo's Chello Toys. PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat/Community service) with APE partners in Sajen Village, Trucuk District, Klaten Regency, Central Java Province aims to provide solutions to craftsmen problems. The potential for developing APE products (Educational games tools) is still very open. Limited human resource capabilities, business networks, and limited number and types of equipment cause partners to be less able to take advantage of opportunities. The method implemented is a method of training and mentoring to craft partners on design innovation, production, and providing direction on management, making printed publication promotional materials, training on the use of online media and providing production equipment assistance. This partnership activity is expected to provide solutions to partner problems, related to design innovation, production, production support tools, online marketing, and promotional media. After the assistance is carried out, it is hoped that the partners will be able to become more resilient craftsmen in the new normal era. This community service activity was carried out for a period of*

*ten months. The implementation of this activity is in accordance with the covid-19 protocol due to the impact of the pandemic. The output of this activity is in the form of IPR, seminars, exhibitions, activity reports, scientific journals, promotional materials both offline and online.*

**Keywords:** *APE Alat Peraga Edukatif or Educational Teaching Aids, Chello Toys, competitiveness.*

## PENDAHULUAN

### A. Analisis Situasi

Visi kabupaten Klaten adalah “Mewujudkan Kabupaten Klaten yang Maju, Mandiri, dan Berdaya Saing”. Adapun beberapa penjelasan terhadap visi tersebut adalah sebagai berikut : Klaten, diartikan sebagai suatu daerah otonom, yang mempunyai batas-batas wilayah yang diberi kewenangan untuk mengatur dan mengurus pemerintahan dan kepentingan masyarakat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Maju, yang dimaksud maju adalah kondisi bahwa masyarakat Kabupaten Klaten dapat tercukupi kebutuhan hidupnya secara adil dan merata, baik kebutuhan lahiriah yang meliputi: sandang, pangan, papan, pendidikan dan kesehatan, maupun kebutuhan batiniah yang meliputi rasa aman, tentram, dan damai. Mandiri, yang dimaksud mandiri adalah bahwa masyarakat Kabupaten Klaten mampu bertumpu pada kondisi, potensi, dan kemampuan sendiri, tanpa harus meninggalkan kerjasama dengan para pihak untuk melaksanakan pembangunan. Berdaya saing, yang dimaksud berdaya saing adalah bahwa Kabupaten Klaten kedepan memiliki kemampuan untuk berinteraksi dan keunggulan kompetitif sehingga mampu dan dapat bersaing di segala bidang.

Alat Permainan Edukatif (APE) adalah alat permainan yang sengaja dirancang secara khusus untuk kepentingan pendidikan. Alat permainan edukatif merupakan media dari sistem yang pada dasarnya adalah proses yang sistematis dan sinergi dengan berbagai komponen seperti bahan kegiatan, prosedur didaktik, pengelompokan anak. Asosiasi Teknologi dan Komunikasi Pendidikan di Amerika,

membatasi media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan orang untuk menyalurkan pesan/informasi. APE adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai sarana atau peralatan untuk bermain yang mengandung nilai pendidikan edukatif dan dapat merangsang otak pengembangan seluruh asp Chello Toys milik Agus Susilo terletak di Desa Sajen, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten, Propinsi Jawa. Chello Toys memproduksi berbagai macam bentuk APE. Bahan baku utama berupa MDF (Medium Density Fibreboard) dan limbah kayu yang diperoleh dari industri mebel dan perkayuan di daerah Trucuk, Serenan maupun Pedan. Penjualan produk APE Chello Toys sudah masuk di beberapa kota besar di Indonesia, biasanya menjadi penyedia APE bagi Sekolah PAUD, beberapa diantaranya juga masuk ke toko buku.

Permintaan konsumen terhadap kebutuhan APE sebelum pandemi Covid-19 cukup tinggi, seiring dengan kesadaran masyarakat terhadap Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD). Sebagian besar penjualan masih melalui pihak ketiga, belum langsung pada konsumen/pengguna, harga jual masih rendah karena terjadi persaingan harga antara pengrajin APE sejenis. Ada peluang pengembangan pasar menengah ke atas, masuk ke toko buku, toko mainan anak, dan penjualan melalui media online. Perlu branding yang bagus, desain yang menarik.

Kemampuan produksi masih terbatas, belum dapat mencukupi kebutuhan pasar, baik secara kuantitas maupun kualitas. Bahan baku masih cukup melimpah tersedia dilapangan, terutama dalam pemanfaatan limbah mebel dan HPL. Kapasitas produksi masih terbatas, kapasitas produksi dapat ditingkatkan dengan penggunaan alat produksi TTG

(Teknologi Tepat Guna). Kualitas produk perlu adanya quality control yang lebih baik agar pelanggan puas. Perancangan dan pembuatan desain APE yang lebih bervariasi. Manajemen masih konvensional, baik manajemen keuangan, produksi maupun pemasaran. Aliran cash flow maupun kas belum tercatat dengan baik. Persoalan kondisi sumber daya yang dihadapi mitra; sumber daya masih terbatas, baik secara kualitas maupun kuantitas. Pekerja tetap hanya lima orang sementara pekerja borongan ada empat orang.

Penjualan yang masih melalui pihak ketiga mengakibatkan harga produk masih relatif rendah, perlu branding dan reposisioning agar produk dapat langsung menjangkau ke konsumen serta di lingkungan menengah atas, sehingga harga jual lebih baik, dengan peningkatan kualitas produk yang lebih menarik. Jenis media promosi masih belum diolah dengan baik, solusinya dibuat media promosi yang menarik dan penambahan media lain berupa katalog produk, brosur dan kartu nama. Cara promosi masih konvensional dari mulut-kemulut, solusinya dengan promosi memanfaatkan perkembangan teknologi informasi melalui media online agar produk dapat dipromosikan pada calon konsumen secara lebih cepat dan lebih luas.

Pada kemitraan program pengabdian masyarakat ini kedepan mitra menginginkan produk dengan desain-desain yang lebih orisinal dan diminta oleh pasar, berharap juga untuk dapat ekspor dengan harga yang jauh lebih baik. Jumlah varian produk belum cukup banyak, pesanan terkadang datang bersamaan tapi kadang sepi, sedangkan pengrajin tidak berani menyetok barang. Jumlah alat produksi yang dimiliki kurang lebih 10 buah, meliputi *circle saw*, *jigsaw*, *jointer*, *sanding*, dan alat *finishing*. Pengrajin belum memiliki alat pengering kayu. Manajemen belum tersusun dengan baik, yang ada hanya catatan pemesanan. Media promosi belum efektif, baik secara *online* maupun *offline*. Mitra menginginkan dari kemitraan ini mendapatkan bantuan dan pelatihan untuk manajemen, media promosi, dan strategi pemasaran melalui internet agar terjangkau pasar yang lebih luas. Katalog produk

dan *display* produk belum ada, sehingga menyulitkan bagi konsumen baru.

## B. Permasalahan Mitra:

1. Bagaimana mengembangkan desain produk APE agar mempunyai diferensiasi yang lebih baik dari produsen sejenis?
2. Bagaimana menerapkan penggunaan alat bantu produksi yang tepat untuk meningkatkan produktivitas?
3. Bagaimana cara membekali kemampuan manajemen produksi, keuangan, dan pemasaran agar tertata dengan baik?
4. Bagaimana meningkatkan metode pemasaran yang masih konvensional dengan memanfaatkan teknologi informasi digital agar dapat menjangkau pasar yang lebih besar? membeli dan produk yang dihasilkan.



Gambar 01. Bengkel kerja APE Chello Toys (Dok. Penulis)

## METODE PELAKSANAAN

Metode yang dipakai adalah pelatihan, diskusi dan pendampingan kepada mitra pengrajin tentang inovasi desain, produksi, dan memberikan pengarahan tentang manajemen, pembuatan materi promosi publikasi cetak, pelatihan penggunaan media online serta memberikan bantuan peralatan produksi.

### A. Tahap Persiapan

1. *Survey* dan persiapan: Koordinasi anggota, persiapan bahan, instrumen kegiatan, perekrutan peserta pelatihan

2. Identifikasi Permasalahan dan kebutuhan Perajin
3. Persiapan bahan , desain dan instrumen kegiatan

### B. Tahap Pelaksanaan kegiatan

1. Pelatihan dan pembuatan desain APE
2. Pembuatan media promosi cetak, media *online* dan video profil
3. Pelatihan manajemen pengelolaan usaha
4. Pelatihan, pembuatan *marketing online*
5. Pemberian bantuan peralatan produksi dan *finishing*

### C. Tahap Pelaporan dan Evaluasi

1. Pembuatan laporan kemajuan, laporan akhir.
2. Pengajuan HKI, Pameran dan seminar

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pengembangan Desain

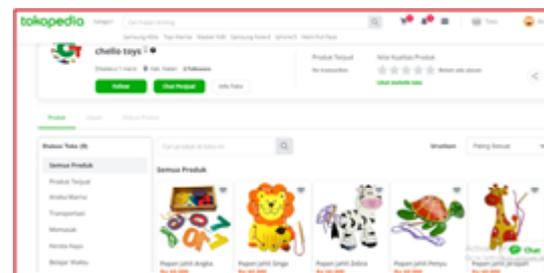
Inovasi desain disesuaikan dengan trend kebutuhan pasar. Jenis kerajinan yang produksi sebelumnya sebagian besar adalah APE, selanjutnya melalui pelatihan desain dibuat produk-produk yang dipakai secara fungsional oleh interior rumah tinggal, kantor, hotel dan instansi lain. *Finishing* yang dipakai pada desain produk kerajinan juga berbeda, apabila sebelumnya masih menggunakan melamin yang keras baunya. *Finishing* yang dipakai pada desain APE yang baru tersebut menggunakan pengikat *water base*, lebih ramah lingkungan serta tidak menimbulkan bau yang menyengat dan serta aman digunakan terutama untuk anak.. Teknik sambungan yang digunakan diusahakan menggunakan bahan natural juga, misalkan bambu dan pasak kayu.

### B. Penggunaan Media Promosi Online

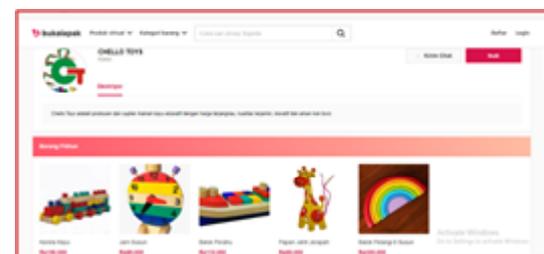
Penggunaan media promosi meliputi media *offline* dan *online*, media *offline* berupa kartu nama dan *leaflet*, dipergunakan secara langsung kepada para calon konsumen. Media *online* berupa: Instagram, Facebook, Web, *Marketplace* (Shopee, Tokopedia, Bukalapak).



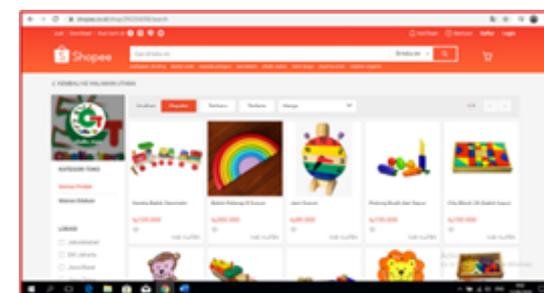
Gambar 02. Web APE Chello Toys (Dok. Penulis)



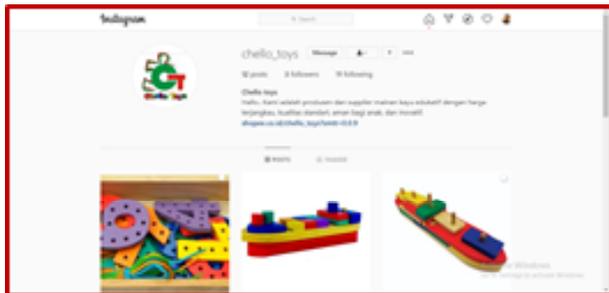
Gambar 03. Marketplace Tokopedia APE Chello Toys (Dok. Penulis)



Gambar 04. Marketplace Bukalapak APE Chello Toys (Dok. Penulis)



Gambar 05. Marketplace Shopee APE Chello Toys (Dok. Penulis)



Gambar 06. Instagram APE Chello Toys (Dok. Penulis)

### C. Penggunaan Media Promosi Cetak

Penggunaan media offline masih dibutuhkan terutama bila calon konsumen bertemu langsung, pameran maupun ke showroom. Materi promosi cetak berupa: Kartu nama, Leaflet, Brosur, Spanduk MMT.



Gambar 08. Flyer APE Chello Toys (Dok. Penulis)



Gambar 07. Leaflet APE Chello Toys (Dok. Penulis)

### D. Pelatihan dan Pendampingan

#### 1. Pelatihan Desain

Pelatihan dilaksanakan dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya desain yang inovatif serta produk yang diminati oleh pasar di era new normal.



Gambar 09. Desain balok permainan STACKO motif batik (Dok. Penulis)



Gambar 10. Pelatihan desain (Dok. Penulis)

## 2. Pelatihan Manajemen

Pelatihan manajemen sederhana dilakukan, terutama mitra diberikan pemahaman untuk membedakan kas pribadi dan kas usaha. Pada pelatihan ini tim menggandeng mentor dari dosen manajemen. ingin adanya penggunaan aplikasi.

Gambar 11. Pelatihan manajemen (Dok. Penulis)

## 3. Pelatihan Marketing Online

Pelatihan manajemen ini berusaha memberikan pemahaman dan menambah kemampuan keuangan usaha. Tahap awal cukup dengan mencatat/mendokumentasikan, menjadwalkan serta mengecek pesanan, dari order masuk sampai dengan pengiriman.



Gambar 12. Pelatihan marketing online (Dok. Penulis)

## E. Hibah bantuan alat Produksi



Gambar 13. Alat bantu produksi/finishing (Dok. Penulis)

## KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini hanya salah satu bagian dalam upaya untuk memberdayakan UKM Selanjutnya perlu pendampingan dan pembinaan berkala pada sektor manajemen, desain produk dan jejaring pemasaran. Sejauh ini pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirasa baik dan tepat sasaran, disamping itu juga menghasilkan luaran program dan luaran kegiatan sesuai dengan rancangan awal. Peluang mitra sangat besar untuk berkembang, terbukti dari tanggapan positif dari *stakeholder* terkait.

Kondisi pandemi Covid-19 membuat mengalami penurunan drastis, sementara pasar ekspor mendapatkan saingan yang sangat ketat, terutama pada desain dan murah nya tenaga kerja di China dan negara Asia lainnya. Pengrajin harus berusaha mengambil peluang pada pasar domestik yang masih terbuka luas. Selain dari solusi diatas untuk kembali bangkit menghadapi persaingan dibutuhkan dorongan motivasi dari pemangku kepentingan yakni, pemerintah daerah, institusi pendidikan dan *stakeholder* terkait lainnya. kesempatan mengikuti pameran harus lebih banyak diberikan kepada UKM APE. Semoga di era New Normal membuat usaha tetap bertahan dan berkembang, tanpa mengabaikan protokol Kesehatan

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul Khobir, 2009, Upaya Mendidik Anak Melalui Permainan Edukatif, Forum Tarbiyah Vol. 7, No. 2, Desember 2009, Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Pekalongan
- Kotler, P. , 1987. Marketing 1. Jakarta: Erlangga.
- Syamsu Ardi, 2015, Penggunaan Alat Permainan Edukatif (APE) di Taman Kanak-kanak PAUD Polewari Kecamatan Ternate Riattang Barat Kabupaten Bone, Jurnal PAUD FIP UNM, Bone
- Tedjasaputra, Meyke ; 2001. Bermain, Mainan dan Alat Permainan. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- <http://klatenkab.go.id/visi-misi/>
- <http://www.depkop.go.id/index.php>