

PEMBERDAYAAN PENGRAJIN MEBEL KAYU MELALUI PELATIHAN PRODUKSI DAN DIGITAL MARKETING DI DESA KAYU PUTIH

Muhammad Iqbal Anshory, Soni Wirawan, Fajrul falah, Aisyah Qothrunnada

Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Email: iqbal_anshory@unars.ac.id, soni_wirawan@unars.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing pengrajin mebel kayu di Desa Kayu Putih melalui pelatihan produksi dan pemasaran digital. Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan keterampilan produksi, rendahnya pemanfaatan teknologi, serta pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan, pelatihan keterampilan produksi, pendampingan penggunaan teknologi produksi yang lebih efisien, serta pelatihan pemasaran digital menggunakan media sosial. Kegiatan ini melibatkan para pengrajin mebel kayu lokal sebagai peserta utama. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai teknik produksi yang lebih efektif dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi produk. Selain itu, pelaku usaha mulai memanfaatkan platform media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mebel kayu. Program pengabdian ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, daya saing usaha, serta mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal secara berkelanjutan.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat, mebel kayu, pelatihan produksi, pemasaran digital, UMKM

Abstract

This community service program aims to improve the capacity and competitiveness of wooden furniture craftsmen in Kayu Putih Village through production training and digital marketing. The problems faced by partners include limited production skills, low utilization of technology, and conventional product marketing methods. The implementation methods included field observation, production skills training, assistance in the use of more efficient production technology, and digital marketing training through social media platforms. The program involved local wooden furniture craftsmen as the main participants. The results showed an increase in participants' understanding of more effective production techniques and the use of digital media as a promotional tool. In addition, business actors began utilizing social media platforms to expand the marketing reach of wooden furniture products. This community service program is expected to improve productivity, business competitiveness, and support sustainable local economic growth.

Keywords: community empowerment, wooden furniture, production training, digital marketing, MSMEs.

Pendahuluan

Industri mebel kayu merupakan salah satu sektor usaha mikro dan kecil yang memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan pemanfaatan sumber daya lokal. Usaha mebel tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan pasar domestik, tetapi juga memiliki potensi untuk berkembang pada pasar yang lebih luas apabila didukung oleh kualitas produksi dan strategi pemasaran yang tepat. Di Desa Kayu Putih, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo, usaha mebel kayu menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat yang masih berkembang secara tradisional dengan keterbatasan pada aspek produksi dan pemasaran. Permasalahan utama yang dihadapi oleh pengrajin mebel kayu di Desa Kayu Putih meliputi keterbatasan keterampilan produksi modern, rendahnya pemanfaatan teknologi, serta pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas dan daya saing usaha relatif rendah. Padahal, perkembangan teknologi informasi saat ini memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar melalui pemanfaatan media digital dan media sosial sebagai sarana promosi produk.

Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk membangun hubungan yang efektif dengan konsumen melalui berbagai platform digital seperti media sosial, website, dan marketplace. Pemanfaatan digital *marketing* mampu meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Selain itu, Syukri dan Sunrawali (2022) menjelaskan bahwa *digital marketing* menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah karena mampu meningkatkan daya saing usaha di era digital.

Beberapa hasil pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan digital marketing memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM. Aulia et al. (2024) menyatakan bahwa pelatihan digital marketing mampu meningkatkan efektivitas sistem pemasaran dan memperluas jangkauan pasar UMKM mebel. Selain itu, Supeni (2022) menjelaskan bahwa pemanfaatan media digital pada usaha mebel dapat meningkatkan promosi produk dan memperkuat daya saing usaha di tengah perkembangan teknologi informasi. Pengabdian lain yang dilakukan oleh Anshory dan Syahputra (2024) mengenai pendampingan digital marketing mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Kegiatan tersebut juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan promosi dan pengembangan usaha masyarakat. Perkembangan pemasaran digital juga didukung oleh berbagai hasil penelitian dan pengabdian masyarakat yang menunjukkan efektivitas media digital dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Wirawan dan Syahputra (2025) menjelaskan bahwa strategi bisnis digital dan pemanfaatan pemasaran berbasis teknologi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada bisnis *e-commerce*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *digital marketing* menjadi salah satu pendekatan penting dalam meningkatkan daya saing usaha di era digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan pengrajin mebel kayu melalui pelatihan produksi dan pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan pengrajin dalam proses produksi yang lebih efisien serta meningkatkan kemampuan pemasaran produk melalui media sosial dan platform digital sehingga dapat mendukung peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kayu Putih, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo dengan sasaran utama para pengrajin mebel kayu lokal. Pelaksanaan kegiatan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan produksi dan kemampuan pemasaran digital para pelaku usaha mebel kayu agar mampu meningkatkan daya saing usaha di era digital. Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi beberapa tahapan, yaitu observasi lapangan, pelatihan produksi, pendampingan penggunaan teknologi produksi, serta pelatihan pemasaran digital.

Tahapan observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi usaha, kendala produksi, dan sistem pemasaran yang digunakan oleh pengrajin mebel kayu. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Tahap berikutnya adalah pelatihan produksi yang dilakukan secara langsung di lokasi usaha mebel. Kegiatan ini meliputi pemberian materi mengenai teknik produksi yang lebih efektif, peningkatan kualitas finishing produk, serta pengenalan penggunaan peralatan produksi yang lebih efisien. Metode praktik langsung diterapkan agar peserta lebih mudah memahami proses produksi dan mampu mengimplementasikan materi pelatihan pada kegiatan usaha sehari-hari. Selanjutnya dilakukan pendampingan pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram sebagai sarana promosi produk mebel kayu. Pada tahap ini peserta diberikan pelatihan mengenai pembuatan konten promosi, teknik pengambilan foto produk, serta strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Pendampingan dilakukan secara bertahap agar pelaku usaha mampu mengoperasikan media digital secara mandiri.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi langsung terhadap kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan pemahaman peserta mengenai teknik produksi, kemampuan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran, serta meningkatnya pemanfaatan platform digital dalam promosi produk mebel kayu.

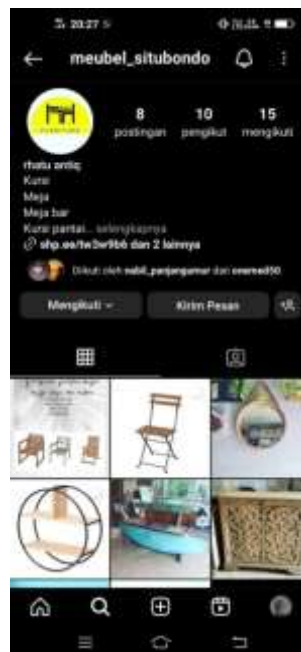
Gambar 1. Pelatihan Produksi Mebel Kayu



Keterangan:

Pelatihan produksi mebel kayu dilakukan secara langsung kepada pengrajin untuk meningkatkan keterampilan produksi dan kualitas hasil mebel.

Gambar 3. Produk Mebel Hasil Pengrajin



Keterangan:

Produk mebel kayu hasil produksi pengrajin Desa Kayu Putih yang dipromosikan melalui platform digital.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Kayu Putih, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari para pengrajin mebel kayu. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran digital sebagai upaya pemberdayaan pelaku usaha mebel kayu lokal. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pelatihan langsung, pendampingan produksi, dan pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk.

Pada tahap awal kegiatan dilakukan observasi lapangan dan identifikasi permasalahan yang dihadapi pengrajin mebel kayu. Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan metode produksi sederhana dengan pemasaran yang dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut. Selain itu, pengrajin masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan media digital untuk promosi produk sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas pada wilayah sekitar.

Pelatihan produksi dilakukan secara praktik langsung dengan memberikan pemahaman mengenai teknik produksi yang lebih efektif, proses finishing produk, serta penggunaan alat produksi yang lebih efisien. Kegiatan ini membantu peserta memahami pentingnya kualitas produk dalam meningkatkan daya saing usaha mebel kayu. Pengrajin juga diberikan pendampingan terkait penyusunan produk yang lebih rapi dan bernilai jual lebih tinggi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai proses produksi yang lebih efektif dan efisien. Peserta terlihat aktif mengikuti praktik produksi dan berdiskusi mengenai teknik pembuatan mebel yang lebih baik. Selain itu, pengrajin mulai memahami pentingnya inovasi desain dan kualitas finishing dalam menarik minat konsumen. Selanjutnya dilakukan pelatihan pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Pada kegiatan ini peserta diberikan pemahaman mengenai cara mengambil foto produk yang menarik, membuat konten promosi sederhana, dan mengunggah produk pada media sosial. Pendampingan dilakukan secara langsung agar peserta mampu mempraktikkan penggunaan media digital secara mandiri.

Pelatihan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran modern. Sebelum kegiatan dilakukan, sebagian besar peserta belum memahami penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Setelah kegiatan berlangsung, peserta mulai mampu membuat media promosi sederhana dan memahami cara memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan pengabdian yang dilakukan oleh Anshory dan Syahputra yang menyatakan bahwa pendampingan digital marketing mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Selain itu, penelitian Aulia et al. juga menjelaskan bahwa penerapan digital marketing pada UMKM mebel dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas akses pasar usaha.

Peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran digital menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha mebel kayu lokal. Melalui kegiatan pengabdian ini, para pengrajin tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai teknik produksi yang lebih baik, tetapi juga memahami pentingnya adaptasi teknologi digital dalam pengembangan usaha. Dengan adanya pendampingan secara langsung, pelaku usaha menjadi lebih percaya diri dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi produk. Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara pelatihan produksi dan pemasaran digital mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengrajin mebel kayu di Desa Kayu Putih. Program ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan daya saing usaha mebel kayu lokal serta mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan produksi dan pemasaran digital pada pengrajin mebel kayu di Desa Kayu Putih, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi pelaku usaha mebel lokal. Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengrajin dalam proses produksi mebel yang lebih efektif serta meningkatkan pengetahuan mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran produk. Pelatihan produksi membantu pengrajin memahami pentingnya kualitas produk, teknik finishing, dan efisiensi proses produksi dalam meningkatkan daya saing usaha. Sementara itu, pelatihan pemasaran digital memberikan pemahaman kepada peserta mengenai penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mebel kayu.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengrajin mulai mampu memanfaatkan media digital sebagai media promosi dan mulai memahami pentingnya inovasi dalam pengembangan usaha. Dengan adanya pendampingan secara langsung, pelaku usaha menjadi lebih siap menghadapi perkembangan pemasaran di era digital. Program pengabdian ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendukung peningkatan produktivitas, daya saing usaha, dan kesejahteraan pengrajin mebel kayu di Desa Kayu Putih secara berkelanjutan. Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan agar pemanfaatan teknologi digital dan peningkatan kualitas produksi dapat terus berkembang secara optimal.

Daftar Pustaka

- Anshory, M. I., & Syahputra, H. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing dan Kewirausahaan pada UMKM Desa Bletok Kecamatan Bungatan Kabupaten Situbondo. *Mimbar Integritas: Jurnal Pengabdian*, 4(1), 18–27. <https://doi.org/10.36841/mimbarintegritas.v4i1.5592>
- Aulia, M. F., Mangole, R., Sofian, A., Setiyowati, S. W., Asna, A., & Fauzan, F. (2024). Penerapan Digital Marketing untuk Optimalisasi Sistem Informasi Manajemen pada UMKM Mebel Aneka Jaya Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(7), 2842–2849. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i7.1085>

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education Limited.
- Supeni, N. (2022). Digital Marketing, Mebel, Interior & Eksterior. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.31967/jpm.v2i2.635>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Wirawan, S., & Syahputra, H. (2025). Determinasi Brand Equity dan Impulse Buying terhadap Keputusan Pembelian pada Bisnis Digital E-Commerce. *Growth*, 22(2), 433–453. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v22i2.6063>
- Wulandari, B. L., & Suastrini, F. (2025). Strategi Digital Marketing UMKM Meubel dalam Peningkatan Hasil Penjualan. *Nusantara Hasana Journal*, 4(11). <https://doi.org/10.59003/nhj.v4i11.1383>