

Peningkatan Ekspor UMKM Mebel Kayu Jati Pasuruan melalui Integrasi Instagram Bisnis

Putra Ramadhani Nurwijayanto^{1*}, Vika Annisa Qurrata², Fajar Supanto¹, Mochammad Mahendra Darmawan¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang

²Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang

Corresponding email: putra.nurwijayanto@unmer.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan penjualan yang signifikan bagi UMKM mebel Kayu Jati Pasuruan, bahkan ada yang gulung tikar. Meski desainnya yang polos dan minimalis diminati pasar mancanegara, di dalam negeri mereka kesulitan bersaing dengan produk Mebel Ukir Jati Jepara. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dilaksanakan program yang memanfaatkan Instagram Business sebagai platform media sosial, katalog elektronik yang terintegrasi dengan Instagram Business, dan Whatsapp Business yang terintegrasi dengan Instagram Business. Metode partisipatif digunakan untuk memberdayakan mitra untuk secara aktif memecahkan masalah mereka sendiri. Hasil dari program tersebut cukup menjanjikan, dengan peningkatan potensi pasar ekspor produk UMKM Kayu Jati Pasuruan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM pengrajin mebel Kayu Jati Pasuruan dan membantu perekonomian masyarakat setempat.

Kata kunci—Covid-19, UMKM, Meubel Kayu Jati, Media Sosial, Persaingan Pasar, Ekspor

Abstract

The Covid-19 pandemic has caused a significant reduction in sales for Pasuruan Teak Wood furniture SMEs, with some even going out of business. Despite their plain, minimalist designs being favored by foreign markets, domestically, they struggle to compete with Jepara Teak Carved Furniture products. To address these issues, a program was implemented that utilized Instagram Business as a social media platform, electronic catalogs integrated with Instagram Business, and integrated Whatsapp Business with Instagram Business. The participatory method was used to empower partners to actively solve their own problems. The results of the program have been promising, with Pasuruan Teak Wood SMEs furniture products achieving escalation in export market potential. This program aims to increase the welfare of Pasuruan Teak Wood SMEs furniture craftsmen and help the local economy.

Keywords— Covid-19, SMEs, Teak Wood furniture, Social Media, Market Competition, Export

1. PENDAHULUAN

Kayu jati di daerah Jawa sudah dimanfaatkan sejak zaman Kerajaan Majapahit untuk membangun rumah dan alat pertanian. Kayu Jati terutama dipakai untuk membangun rumah dan alat pertanian seperti mebel jati minimalis. Namun, kebijakan pemerintah untuk melarang ekspor kayu, berupa larangan ekspor utamanya pada kayu bulat, dan mendorong pertumbuhan industri kayu olahan mendorong bertumbuhnya Industri mebel kayu di Indonesia, termasuk salah satunya industri mebel kayu Jati. Industri mebel berbahan baku kayu jati merupakan kumpulan pelaku usaha yang menghasilkan dan memasarkan produk dekorasi rumah atau mebel berbahan baku kayu jati. Di

Indonesia, pelaku usaha pada industri mebel berbahan baku kayu jati ini sebagian besar adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Gunadi, 2019). Dengan adanya larangan ekspor kayu, maka banyak UMKM mebel kayu jati yang mengirimkan produknya melalui jalur ekspor.

Ekspor merupakan sarana penting atau sebagai cara untuk meningkatkan internasionalisasi dan globalisasi perusahaan (Zhao & Zou, 2002; Wang & Ma, 2018). Mengekspor adalah cara yang relatif mudah dan cepat bagi UKM untuk masuk pasar luar negeri karena perusahaan tidak harus menghadapi kerumitan pengaturan anak perusahaan asing (Lu & Beamish, 2006). Melalui ekspor, perusahaan tidak hanya mendapatkan akses cepat ke pasar luar negeri dengan biaya modal yang sangat sedikit tetapi juga

memiliki kesempatan untuk mendapatkan pengalaman internasional yang berharga yang dapat digunakan sebagai batu loncatan untuk ekspansi internasional di masa depan (Dikova dkk., 2016),

Kebutuhan mebel kayu jati cukup besar didalam pasar dalam dan luar negeri untuk melengkapi pemenuhan kebutuhan perabot rumah tangga. Menilik catatan kementerian perindustrian (Kemenperin, 2018), Mencatat bahwa nilai total ekspor produk mebel dan kerajinan kayu nasional mencapai USD 26,9 Juta dengan pasar utamanya Amerika Serikat, Inggris, dan Jepang. Sehingga, kebutuhan mebel kayu jati cukup besar didalam pasar dalam dan luar negeri untuk melengkapi pemenuhan kebutuhan perabot rumah tangga. Selain itu Industri mebel kayu jati juga merupakan industri padat karya yang menyerap banyak tenaga kerja. Data dari kementerian perindustrian dan perdagangan mencatatkan bahwa penyerapan tenaga kerja untuk industri mebel mencapai 400 ribu orang di tahun 2022 (Alamsyah, 2022).

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa industri mebel memegang salah satu peranan penting dalam memajukan perekonomian nasional. Peranannya melalui peningkatan jumlah wirausaha, penyedia lapangan kerja dan penyumbang devisa negara melalui ekspor yang dilakukan atas produk tersebut. Menilik Berdasarkan data dari kementerian perindustrian (Kemenperin, 2018), dalam lima tahun terakhir nilai ekspor mebel dalam lima tahun terakhir secara terus menerus mengalami peningkatan nilai ekspor dengan nilai tertinggi dalam sejarah, yaitu mencapai 32,71%.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 mencatat nilai ekspor mebel Indonesia sebesar USD 2,88 miliar. Dimana persentase mebel berbahan dasar kayu menyumbang persentase tertinggi sebanyak 69% dari total ekspor. Posisi Indonesia dalam ranking realisasi ekspor Industri furniture belum unggul, masih berada pada urutan ke-17 di negara negara yang berada pada benua asia pada tahun 2021 dengan pangsa pasar 1,19%, masih kalah bersaing dengan beberapa negara sekawasan, seperti Vietnam yang berada pada posisi kedua dan Malaysia pada urutan ke-12. China menjadi negara dengan ekspor mebel tertinggi di dunia dengan pangsa pasar 32,86%. Keunggulan komparatif Indonesia sebagai penghasil bahan baku mebel yang melimpah, belum mampu mendorong daya saing produk mebel yang unggul di pasar global (Kemenperin, 2018).

Menilik Data yang diperoleh dari Pusdatin Kemenperin tahun 2020 (Disperindag, 2020) menjelaskan bahwa geliat ekspor furniture di wilayah Jawa Timur ditunjukkan dari nilai ekspor olahan kayu dan furnitur pada bulan Januari sebesar USD 146,21 Juta. Pada bulan Februari dan Maret, nilai ekspor

naik secara berturut-turut sebesar USD 155,06 Juta dan USD 161,92 Juta. Namun pada bulan April dan Mei, nilai ekspor menurun secara berturut-turut pula sebesar USD 143,31 Juta dan USD 115,86 Juta dikarenakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang sempat terlaksana di beberapa wilayah di Indonesia.

Sementara itu terhitung pada bulan Juni ketika lockdown telah dicabut oleh beberapa negara, ekspor kembali naik di angka USD 146,36 Juta, yang mana ini merupakan angka yang lebih tinggi daripada bulan Januari. Pada periode semester I, Januari hingga Juni 2020, nilai ekspor industri furnitur dan olahan kayu di Provinsi Jawa Timur sebesar USD 868,74 juta sedangkan nilai impor sebesar USD 45,16 juta sehingga terjadi surplus senilai USD 823,58 juta.

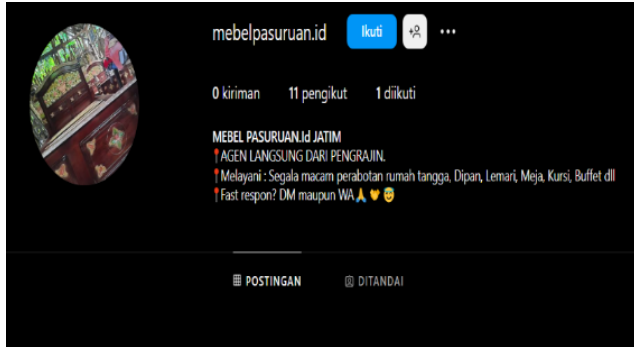
Sayangnya kenaikan nilai ekspor di Jawa Timur tidak berimbas pada penjualan mebel di Pasuruan. Terlebih, perkembangan industri mebel di Pasuruan Kota tidak sebanding dengan subsektor industri mebel di Kota Jepara (Nunuk Indarti, dkk. 2019) dari total nilai ekspor Provinsi Jawa Timur, industri mebel di Pasuruan menyumbang 720 miliar Rupiah (Pasuruan dalam angka, 2020). Berdasarkan data BPS Kota Pasuruan tahun 2017, selama lima tahun terakhir (2013-2017) struktur perekonomian Kota Pasuruan didominasi oleh lima kategori lapangan usaha, salah satunya industri pengolahan yang berada di tingkat ketiga penyumbang terbesar PDRB. Industri pengolahan yang paling dikenal di Kota Pasuruan adalah industri mebel yang berpusat di Kecamatan Gadingrejo. Kecamatan Gadingrejo memiliki 1.986 UMKM yang bergerak di bidang industri pengolahan, salah satunya yaitu industri mebel dengan sumbangan pada PDRB sebanyak 49,63 persen (Narulita dkk., 2020).

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs resmi pemerintah kota (Pasurukota, 2022) pasuruan selama pandemi Covid-19 menurun drastis hingga 70 persen, dalam sehari kondisi normal biasa terjual 5-7 set meja kursi, hanya terjual 1-2 set meja kursi, dukungan dari pemerintah kota dan kabupaten pasuruan berupa pembangunan pasar mebel pasuruan di kelurahan bukir dan kelurahan Randusari, Kecamatan Gadingrejo menjadi satu satunya saluran pemasaran yang memiliki dampak signifikan terhadap dan penjualan produk Mebel UMKM Pasuruan.

Sehingga, berdasarkan tinjauan penulis terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Mebel Kayu Jati di Pasuruan. Permasalahan pertama yang dihadapi oleh UMKM mebel kayu jati Pasuruan adalah kurang bersaingnya produk UMKM Kayu jati Pasuruan dengan produk mebel kayu jati dari area jepara. Permasalahan kedua adalah kurang optimalnya saluran pemasaran yang hanya bertumpu

pada pasar mebel pasuruan. Keterbatasan ini berimbas pada jumlah produksi yang berlebih namun tidak sebanding dengan sedikitnya jumlah pemesanan yang berdampak pada penjualan mebel kayu jati yang tidak signifikan. Berdasarkan kondisi mitra Melihat permasalahan yang dihadapi mitra, maka program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang tepat guna untuk meningkatkan kuantitas penjualan melalui integrasi pemasaran digital berbasis instagram bisnis.

produk yang mendukung dalam giat pemasaran secara online. Dari ketiga identifikasi pemasalahan tersebut secara rinci solusi yang diberikan oleh tim pengabdian terdapat 3 solusi, yaitu (a) Memberikan bantuan pelatihan digitalisasi metode pemasaran melalui media online (b) pelatihan penggunaan konten pemasaran strategis melalui pemasaran melalui media sosial , (c) Integrasi katalog produk online dan media sosial secara spesifik melalui media sosial Instagram bisnis



Gambar 1. Kondisi akun Instagram salah satu peserta pelatihan dengan menggunakan akun pribadi dan belum terintegrasi dengan Instagram bisnis

2. METODE

Pelatihan ini dilakukan di hotel Dalwa Syariah Kabupaten Pasuruan dengan mitra yang terlibat dalam pelatihan ini adalah Kelompok UMKM Mebel Kayu Jati binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Kabupaten Pasuruan. Berdasarkan hasil pra survei, ditemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh kelompok UMKM ini. Beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu (1) keterbatasan pemasaran produk mebel kayu jati yang hanya bertumpu pada pemasaran secara langsung (offline) dan terpusat pada Kawasan pasar mebel pasuruan; (2) belum ada nya media online yang dimanfaatkan secara optimal untuk membantu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, sehingga tidak hanya konsumen yang datang di area pasar mebel kayu jati pasuruan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian Masyarakat ini terdiri dari tiga fase, meliputi:

Identifikasi dan pemecahan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah terdapat beberapa masalah utama dalam pengembangan pemasaran produk mebel kayu jati pasuruan yaitu terbatasnya penguasaan teknologi informasi para pengrajin yang terkait dengan media online untuk melakukan kegiatan promosi/pemasaran, belum adanya media online yang secara khusus digunakan para pengrajin mebel kayu jati Pasuruan untuk membantu kegiatan pemasaran dan penjualan, belum maksimalnya pemanfaatan media sosial dan fotografi

Pelaksanaan kegiatan

Pada fase ini tim pengabdian melakukan *focus group discussion* dan pendampingan serta melakukan Kerjasama untuk melakukan rencana pemecahan solusi permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh UMKM mebel Kayu Jati Pasuruan.

Evaluasi

Kegiatan evaluasi ini dilakukan untuk melihat apakah pendampingan usaha berjalan lancar sekaligus kegiatan evaluasi pencapaian hasil dan dampak dari pelatihan terhadap perkembangan pemasaran dan penjualan produk mebel UMKM Kayu Jati Pasuruan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi merupakan salah satu strategi utama di era Industri 4.0 ini. Dimana inovasi merupakan ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit lain dari adaptasi (Hoti, 2015). Inovasi di era digital ini menjadi titik sentral dan dipercaya sebagai kunci dari peningkatan produktivitas suatu usaha (Setyorini & Susilowati, 2019; Nugrayasa, 2014). Namun, inovasi ini tidak banyak dilakukan oleh UMKM di Indonesia, karakteristik UMKM hanya piawai dalam produksi membuat kesulitan untuk mengembangkan inovasi dan meraih pangsa pasar yang baru. Terdapat tiga kegiatan utama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.



Gambar 2. Bedah Profil Instagram para pengrajin Mebel Pasuruan

Memberikan bantuan pelatihan digitalisasi metode pemasaran melalui media online

Hal pertama yang dilakukan tim pelaksana kegiatan yaitu melakukan koordinasi dengan ketua koordinator pengrajin meubel kabupaten pasuruan mengenai media online yang digunakan dalam pemasaran produk meubel kayu jati pasuruan. Dari koordinasi ini maka tim pelaksana melakukan identifikasi prioritas media online yang dapat diterapkan.



Gambar 3. Tanya jawab dengan peserta mengenai platform online, FB, Google, dan Instagram Bisnis



Gambar 4. Tutorial pembuatan akun Instagram Bisnis

Berdasarkan kegiatan koordinasi yang ditunjukkan pada Gambar 1 dan 2 telah dihasilkan kesimpulan inovasi yang akan dibantu oleh tim pelaksana yaitu: (a) Memberikan bantuan pelatihan digitalisasi metode pemasaran melalui media online; Pada tahap pertama, pelatihan akan difokuskan pada digitalisasi metode pemasaran melalui media online. Pelatihan ini akan meliputi cara menggunakan platform pemasaran online, seperti Google Ads, Facebook Ads, dan platform pemasaran online lainnya.

Dalam pelatihan ini, peserta akan diajarkan tentang cara membuat iklan online yang efektif, cara menargetkan audiens yang tepat, dan cara mengukur efektivitas kampanye pemasaran online. (b) pelatihan penggunaan konten pemasaran strategis melalui pemasaran melalui media sosial; Pada tahap kedua, pelatihan akan difokuskan pada penggunaan konten pemasaran strategis melalui media sosial. Pelatihan ini akan mencakup cara membuat konten pemasaran

yang menarik dan efektif di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn. Dalam pelatihan ini, peserta akan diajarkan tentang cara membuat konten yang menarik perhatian audiens, cara mengukur efektivitas konten, dan cara meningkatkan pengguna melalui media sosial.

Selanjutnya, integrasi katalog produk online dan media sosial secara spesifik melalui media sosial Instagram bisnis; Pada tahap ketiga, pelatihan akan difokuskan pada integrasi katalog produk online dan media sosial secara spesifik melalui media sosial Instagram bisnis. Pelatihan ini akan mencakup cara mengintegrasikan katalog produk online ke dalam media sosial, seperti Instagram bisnis. Dalam pelatihan ini, peserta akan diajarkan tentang cara membuat katalog produk yang menarik dan efektif, cara mengintegrasikan katalog produk ke dalam media sosial, dan cara memanfaatkan Instagram bisnis untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan.

Evaluasi Hasil Kegiatan

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan dari program ini yaitu untuk memberikan solusi pada permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Solusi yang ditawarkan berupa memberikan pelatihan peningkatan penjualan melalui pemasaran berbasis online, melalui media iklan pemasaran online facebook ads, Google ads, pelatihan pembuatan konten pemasaran strategis, serta pembuatan katalog produk yang terintegrasi dengan Instagram bisnis.

Hasil dari solusi yang telah dilaksanakan adalah peningkatan jangkauan konsumen dan pasar potensial, dan pendapatan pengrajin sebesar 20 persen melalui adanya Integrasi antara katalog bisnis digital yang dibuat dengan media sosial Instagram bisnis. Meskipun program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan mendapatkan hasil yang memuaskan, akan tetapi masih terdapat sejumlah keterbatasan, yaitu belum keseluruhan mitra konsisten dalam menerapkan hasil pelatihan yang telah dijalankan, terutama konsistensi mitra dalam pembuatan menggunakan sosial media untuk membantu kegiatan pemasaran, karena adanya penguasaan teknis yang kurang dari para mitra

Berdasarkan keterbatasan diatas, maka saran yang dapat dilakukan pada pengabdian selanjutnya yaitu: (1) Perlunya peningkatan penguasaan teknis para mitra, terutama dalam penggunaan media sosial Instagram Bisnis (2) Diperlukan adanya konsistensi dalam penggunaan media sosial untuk pemasaran seperti pengunggahan video dan foto yang lebih bervariasi untuk menarik pelanggan (3) Diperlukan adanya koordinasi antara dinas yang terkait langsung dengan pemerintah lokal dalam menunjang keberlangsungan dan kelancaran usaha meubel kayu jati Pasuruan.

4. SIMPULAN

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan ekspor UMKM dengan melakukan pendampingan dan sosialisasi untuk memanfaatkan Instagram Business sebagai platform media sosial, katalog elektronik yang terintegrasi dengan Instagram Business, dan Whatsapp Business yang terintegrasi dengan Instagram Business. Metode partisipatif digunakan untuk memberdayakan mitra untuk secara aktif memecahkan masalah mereka sendiri. Hasil dari program tersebut cukup menjanjikan, dengan peningkatan potensi pasar ekspor produk UMKM Kayu Jati Pasuruan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM pengrajin mebel Kayu Jati Pasuruan dan membantu perekonomian masyarakat setempat.

DAFTAR RUJUKAN

- Dikova, D., Jaklič, A., Burger, A., and Kunčič, A. (2016). What is beneficial for first- time SME-exporters from a transition economy: A diversified or a focused export-strategy?, *Journal of World Business*, 51(2), 185–199.
- Ekspor industri furnitur naik 33 persen, terus optimalkan pasar global. (2022, Agustus 18). Diakses pada Januari 1, 2023, dari: <https://kemenperin.go.id/>
- Geliat ekspor industri furnitur jawa timur di masa pandemi Covid-19. (2020, September 29). Diakses pada Januari 1, 2023. Dari: <https://disperindag.jatimprov.go.id>
- Gunadi, W. (2019). Peningkatan peranan wanita dalam pengembangan usaha rumah tangga. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 1(1) 265–479 .
- Indarti, N., & Aufin, M. (2021, January). Empowerment of furniture industry in Pasuruan city in capacity development perspective through capital strengthening elements. In Conference on International Issues in Business and Economics Research (CIIBER 2019) (pp. 98–103). Atlantis Press.
- Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2006). SME internationalization and performance: Growth vs. profitability. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(1), 27–48.
- Narulita, G., & Koswara, A. Y. (2021). Penentuan faktor pengembangan ekonomi lokal industri mebel di Kecamatan Gadingrejo Kota Pasuruan. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), 59–64.
- Setyorini, C. T., & Susilowati, D. (2019). Pendampingan UMKM Batik dalam mengoptimalkan nilai tambah UMKM melalui pelatihan pembuatan motif batik khas Purbalingga. *Darma Sabha Cendekia*, 1(1), 54–61.
- Wang, W., & Ma, H. (2018). Export strategy, export intensity and learning: Integrating the resource perspective and institutional perspective. *Journal of World Business*, 53(4), 581–592.
- Zhao, H., & Zou, S. (2002). The impact of industry concentration and firm location on export propensity and intensity: An empirical analysis of Chinese manufacturing firms. *Journal of International Marketing*, 10(1), 52–71.