

Pemberdayaan UMKM Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Globalisasi

Moh. Rasidi¹, Bambang², M. Yoga Pratama³, Moh. Noer Hidayat⁴, Taufiqur Rahman⁵

Muhammad.rosyidi09@gmail.com¹,

bambang210284@gamil.com², mohnoerhidayat31@gmail.com³,

taufiqur614@gmail.com⁴,

^{1,2,3,4}Universitas Nurul Jadid

Abstract: *The aim of this activity is to enhance the competitiveness of furniture MSMEs in Alas Kandang Besuk Village by improving their skills in production efficiency, product innovation, and market expansion. It also promotes the adoption of technology, sustainable practices, and collaboration to ensure long-term growth and resilience in a competitive market. through various strategies and approaches. This mentoring program includes technical training in furniture production, business management, digital marketing, and financial management. The method used in this community service activity involves direct mentoring, where participants receive hands-on guidance and practical support to apply the knowledge and skills gained. Through this approach, the program ensures that MSMEs can implement improvements effectively in their operations and business strategies.. Apart from that, business networks were also strengthened between local furniture entrepreneurs and the wider market, both at regional and national levels The results of this assistance show an increase in furniture product quality, operational efficiency and better marketing capabilities among MSME players. In addition, there has been a significant increase in income and absorption of local labor. This assistance has also succeeded in encouraging product innovation and business diversification, which has contributed to increasing the competitiveness of furniture MSMEs in Alas Kandang Besuk Village.*

Keywords: *production efficiency, product innovation, sustainable practices,*

Pendahuluan

Desa Alaskandang dikenal memiliki kekayaan budaya dan seni pengrajin mebel. Potensi ini menjadi sumber daya yang berharga untuk pengembangan ekonomi lokal salah satunya adalah mebel (Hamza and Agustien 2019). Mebel atau furniture adalah perlengkapan

rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, dan lemari (Vinatra 2023). Mebel berasal dari kata *movable*, yang artinya bisa bergerak. Dimana dalam pembuatan mebel ini membutuhkan keahlian khusus (Fuadi, Akhyadi, and Saripah 2021). Pemilihan kayu, pengolahan dan waktu yang tepat sangat berpengaruh signifikan terhadap hasil pembuatan mebel ini (Jalaluddin, Nasrul, and Syafrina 2017). Di Desa Alas Kandang, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo terdapat tantangan yang signifikan terkait pemasaran mebel (Iskandar, Patang, and Kadirman 2018). Meskipun desa ini kaya akan budaya dan seni pembuatan mebel, namun tidak jarang menghadapi keterbatasan dalam memasarkan produk mereka (Utomo, Maghfiroh, and Nuswardhani 2024). Hal ini menimbulkan dampak ekonomi yang signifikan pada masyarakat setempat (Abdullah et al. 2024).

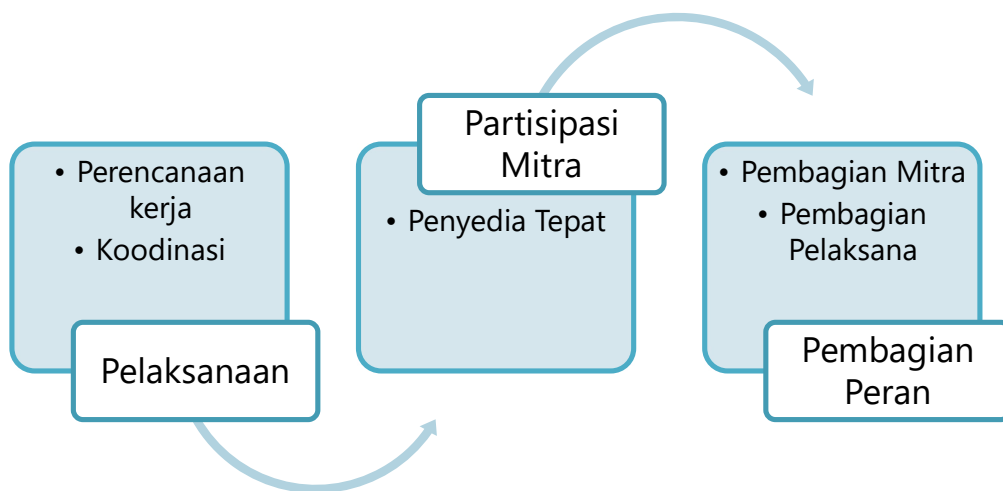
Pendampingan usaha mebel di Desa Alas Kandang Besuk bertujuan untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro dengan pendekatan strategi (Syafiih et al. 2022). Rencana yang disatukan menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan (Syafiih, Nadiyah, et al. 2023). Strategi sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Syafiih, Nadiyah, et al. 2023). Berdasarkan berbagai definisi tentang strategi yang dikemukakan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwa strategi suatu rumusan perencanaan untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui pengintegrasian keunggulan dan alokasi sumber daya yang ada di perusahaan (Syafiih, Nadiyah, et al. 2023).

Hasil dari pendampingan ini menunjukkan peningkatan kualitas produk mebel, efisiensi operasional, dan kemampuan pemasaran yang lebih baik di kalangan pelaku UMKM (Syafiih, Nadiyah, et al. 2023). Creative Marketing adalah pendekatan pemasaran yang menggunakan strategi kreatif seperti pemanfaatan media sosial, membangun branding yang kuat, dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen (Syafiih, Syahroni, et al. 2024). Dengan demikian, tujuan utama PKM untuk meningkatkan aksesibilitas pasar: Mengatasi kendala aksesibilitas pasar dengan mengajarkan karyawan toha barokah tentang penggunaan teknologi modern, seperti media sosial, untuk meningkatkan visibilitas produk mebel yang sudah selesai seperti lemari, kursi dan bisa mencapai pasar yang lebih luas (Syafiih, Aisyah, et al. 2024). Meningkatkan Pemahaman tentang Konsep Pemasaran Modern: Memberikan pelatihan dan

workshop tentang konsep-konsep pemasaran modern dan strategi-strategi kreatif kepada karyawan mebel toha barokah, sehingga mereka dapat meningkatkan daya tarik produk dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen (Khairi, Syafiih, and Khairi 2024).

Manfaat dari kegiatan PKM ini sangat beragam dan dapat dirasakan oleh berbagai pihak: Karyawan mebel toha: Para karyawam akan mendapatkan manfaat berupa peningkatan pendapatan dari hasil penjual produk yang dibuat, peningkatan keterampilan dalam pemasaran, dan peningkatan pemahaman tentang konsep-konsep pemasaran modern (Syafiih, Rojabi, and Firdaus 2023).

Masyarakat Setempat: Peningkatan pendapatan para karyawan akan berdampak positif pada ekonomi masyarakat setempat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Dengan demikian, PKM ini memiliki potensi untuk membawa dampak positif yang signifikan bagi karyawan mebel toha barokah Di Desa Alaskandang (Rahmat, Syafiih, and Faid 2023).



Gambar 1 Kerangka Pelaksanaan PkM

Metode

A. Tahapan Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh anggota kelompok PKM dalam mengatasi permasalahan yang ditawarkan yaitu ketua kelompok mebel yang ada di desa Alaskandang kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo. Koordinasi dilakukan dengan cara rapat terlebih dahulu untuk memulai tahapan yang akan dilakukan pada mebel toha barokah. Lalu, respon dari tempat menerima dengan senang hati. Tepat pada tanggal 25-06-2024 tim anggota PKM melakukan koordinasi dengan ketua kelompok tersebut.

Sebelum itu, tim anggota PKM meminta izin kepada kepala desa Alaskandang Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo (Pratama et al. 2024).

B. Paritipasi Mitra

Para karyawan toha barokah Desa Alaskandang Kec. Besuk Kabupaten Probolinggo berperan penting dalam kegiatan PKM ini. Mebel toha barokah di Desa Alaskandang tersebut menyediakan tempat untuk tim pelaksana kegiatan dalam menerapkan ide-ide nya tentang kendala pemasaran yang kurang luas dan kurang efektif sehingga para tim pelaksana kegiatan memberikan solusi yaitu melalui implementasi creative marketing. Upaya keberlanjutan program pengabdian masyarakat ini diwujudkan dengan menjadikan mitra sebagai wadah pelaksanaan KKN pengabdian kepada masyarakat. Sebagai sasaran umum adalah kegiatan pengembangan pemasaran mebel, dengan salah satu program adalah implementasi creative marketing (Ananda 2020).

C. Pembagian Peran

Peran dan tugas dari masing-masing anggota tim sesuai dengan kompetensinya dan penugasan berupa:

- (1) Pendampingan untuk pengembangan desain mebel
- (2) Pengembangan sumber daya manusia dalam hal pengetahuan dan keterampilan
- (3) Pengembangan manajemen pemasaran termasuk pembuatan website untuk pengembangan pemasaran secara online.

1. Pengembangan Desain

Pengembangan desain mebel juga melibatkan penelitian yang mendalam untuk memahami kebutuhan pengguna dan meningkatkan daya saing melalui desain yang sesuai dengan budaya dan tradisi setempat. Misalnya dari pembuatan desain mebel rotan seni di Desa Alaskandang. Selain bentuk dan desainnya bermacam-macam contoh desain mebel rotan seni tersebut juga menunjukkan product finishing yang bervariasi dengan menggunakan bahan alam yang dapat diperoleh dengan mudah.

Untuk mengembangkan kualitas sumber daya mebel Toha Barokah, perlu dilakukan analisis yang mendalam terkait dengan kondisi ruang, faktor lingkungan, dan budaya, serta tuntutan manusia saat ini dan masa yang akan datang. Proses desain harus melibatkan langkah-langkah analisis yang sistematis, termasuk memahami kebutuhan pengguna, memilih material yang ramah lingkungan, dan mengintegrasikan tradisi dengan kebutuhan kontemporer. Dengan demikian, desain mebel Toha Barokah dapat menciptakan produk yang elegan, hangat, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, serta meningkatkan daya saing melalui desain yang universal dan modern

2. Pengembangan Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik,

mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik. Pengembangan manajemen pemasaran mebel dengan menciptakan kualitas penjualan yang baik dapat dilakukan melalui beberapa strategi yang efektif. Pertama, mebel toha barokah harus melakukan analisis pasar yang mendalam untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Kedua, mebel toha barokah harus membangun merek yang kuat dan terpercaya. Merek yang memiliki citra positif dan konsisten dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu, mebel toha barokah harus menggunakan pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas produk dan memudahkan konsumen dalam mencari informasi tentang produk.

Peran mahasiswa dalam kegiatan PkM ini membantu mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan dalam upaya untuk meningkatkan pemasaran di mebel toha barokah Desa Alaskandang. Melalui kolaborasi yang baik dengan para karyawan mebel, kami membantu mencapai tujuan PkM yang melibatkan pemahaman, peningkatan penjualan, dan pemberdayaan komunitas lokal.

Pembahasan

A. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan program ini dimulai dengan tahap persiapan, yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra dan penyusunan modul pelatihan. Selanjutnya, dilakukan pelatihan teknis dalam pembuatan furniture berkualitas tinggi, mencakup pemilihan bahan, penggunaan alat, dan teknik produksi. Setelah itu, dilaksanakan pendampingan langsung kepada mitra untuk memastikan penerapan praktik yang telah diajarkan. Pendampingan mencakup pengawasan proses produksi, evaluasi hasil kerja, dan pemberian solusi atas kendala yang dihadapi. Tahap akhir adalah monitoring dan evaluasi untuk menilai efektivitas program serta dampaknya terhadap kualitas produk yang dihasilkan.

B. Partisipasi Mitra

Mitra berperan aktif dalam seluruh tahapan program ini, mulai dari tahap perencanaan dengan memberikan masukan terkait kebutuhan dan kendala yang dihadapi, hingga pelaksanaan program dengan mengikuti pelatihan dan pendampingan. Mitra juga diharapkan secara mandiri menerapkan ilmu yang telah diajarkan dalam kegiatan produksi sehari-hari.

Pada tahap evaluasi, mitra memberikan umpan balik untuk mengukur keberhasilan program serta menyampaikan tantangan yang masih dihadapi untuk perbaikan di masa mendatang.

C. Solusi-Solusi pada Tahapan Evaluasi

Pada tahap evaluasi, beberapa solusi ditawarkan untuk meningkatkan kualitas furniture yang dihasilkan. Pertama, mengoptimalkan pemilihan bahan baku yang berkualitas, seperti kayu yang tahan lama dan ramah lingkungan. Kedua, menggunakan peralatan modern dan efisien untuk meningkatkan presisi dalam proses produksi. Ketiga, menerapkan desain inovatif yang sesuai dengan tren pasar untuk menarik konsumen. Keempat, memperbaiki manajemen kualitas dengan melakukan pengecekan pada setiap tahap produksi. Terakhir, memberikan pelatihan tambahan untuk meningkatkan keterampilan pekerja dalam menghasilkan produk dengan detail dan finishing yang lebih baik. Dengan solusi-solusi ini, diharapkan produk furniture yang dihasilkan dapat bersaing di pasar, memenuhi kebutuhan konsumen, dan meningkatkan daya saing usaha mitra.

D. Solusi Creative Marketing

Strategi pemasaran Karya Muda Furniture menerapkan bauran pemasaran atau marketing mix yang dalam pelaksanaannya berkaitan erat dengan perencanaan product (produk), price (harga), promotion (promosi), dan place (distribusi). Dalam situasi perekonomian sekarang ini, bauran pemasaran diharapkan dapat memberikan informasi kepada calon konsumen tentang gambaran dari suatu produk sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh calon konsumen dalam menentukan pilihan barang yang akan dipesan dan dibelinya yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginannya. Kemudian pembauran dengan penawaran produk dan harga membuat konsumen memilih mesan produk pada Karya Muda Furniture. Strategi promosi yang dapat dilakukan dalam menjalankan usaha mebel adalah Kegiatan promosi yang akan dilakukan dengan cara konvensional dan digital yang biasa diterapkan untuk menarik konsumen, yaitu sebagai berikut (1) Social Media Strategy, Sistem promosi menggunakan sosial media dengan mengacu konsep branding dengan teknik social media optimalization. Karya Muda Furniture mempromosikan usaha melalui instagram dengan nama akun @Mebel Toha Barokah (2) Personal Promotion, pelaksana usaha akan melakukan promosi secara pribadi ke konsumen. (3) Promosi menggunakan poster Advertising/ brosur yang akan disebarakan ke calon

konsumen. Gambar 3. Brosur Karya Muda Furniture Sistem pelayanan bagi konsumen adalah menanyakan kebutuhan dan dimensi yang diperlukan sehingga yang terwujud sesuai dengan keinginan konsumen serta dengan mengantarkan langsung produk yang dipesan ke alamat konsumen Solusi Melakukan Pameran

E. Evaluasi Program

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kami mendapati masalah yang dapat dijadikan evaluasi dalam melanjutkan program PkM kedepannya. Kurangnya koordinasi antara tim KKN dan pengrajin lokal juga bisa menjadi tantangan tersendiri dalam menjalankan program pengabdian ini. Hal ini sering kali disebabkan oleh perbedaan budaya kerja, kurangnya komunikasi yang efektif, serta adanya kesenjangan dalam pemahaman dan ekspektasi antara kedua belah pihak. Selain itu, keterbatasan waktu yang dimiliki oleh tim KKN untuk beradaptasi dengan lingkungan baru dan memahami kebutuhan spesifik pengrajin lokal juga turut memperumit proses koordinasi ini."

Berikut contoh gambar pengabdian.





Gambar 2. Foto dokumentasi pengabdian

Implikasi dari kegiatan pengabdian pemberdayaan UMKM ini memiliki dampak luas terhadap berbagai aspek ekonomi, sosial, dan budaya di era globalisasi. Secara ekonomi, UMKM yang diberdayakan mampu meningkatkan produktivitas, menghasilkan produk berkualitas tinggi, dan memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat internasional. Hal ini tidak hanya memperkuat daya saing pelaku usaha tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional. Secara sosial, kegiatan ini meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat, mendorong kemandirian, dan memperkuat solidaritas komunitas usaha kecil dalam menghadapi tantangan bersama. Dari sisi budaya, pemberdayaan UMKM memungkinkan pelestarian nilai-nilai lokal melalui inovasi produk yang mengangkat kearifan lokal sekaligus menyesuaikan dengan kebutuhan pasar global. Dengan UMKM yang lebih adaptif, kreatif, dan kompetitif, kegiatan ini berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih inklusif dan berdaya saing tinggi di era global.

Kesimpulan

Pendampingan usaha mebel di Desa Alaskandang Besuk bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui serangkaian intervensi strategis. Program ini mencakup pelatihan keterampilan produksi dan desain untuk meningkatkan kualitas produk, pengenalan teknologi dan inovasi guna memperbaiki efisiensi produksi, serta penguatan strategi pemasaran untuk

memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pembinaan dalam aspek manajemen usaha dan penguatan jaringan serta kemitraan dengan pelaku industri lain juga menjadi fokus utama. Dengan pendekatan holistik ini, diharapkan UMKM di desa tersebut dapat memperkuat posisi mereka di pasar, meningkatkan daya saing, dan mencapai keberhasilan yang lebih besar baik di tingkat lokal maupun nasional.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada UMKM Mebel di Alaskandang Besuk Probolinggo yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Partisipasi dan kerja sama yang luar biasa telah memberikan kontribusi yang sangat berarti dalam keberhasilan program ini. Kami berharap sinergi ini dapat terus terjalin dengan baik di masa mendatang dan memberikan manfaat yang berkelanjutan, baik bagi UMKM Mebel di Alaskandang maupun masyarakat secara luas.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Iqbal Alan, Putri Allana Abdullah, Abaidullah Bin Mustaffa, Dedi Satriawan, Basrowi Basrowi, Pertiwi Utami, and Nur Azizah Zuhriyah. 2024. "Digital Learning Literacy and Business Education from an Islamic Perspective at High School in Malaysia." *GUYUB: Journal of Community Engagement* 5(3):615–33.
- Ananda, Rizki. 2020. "Program Pengembangan Desa Mitra Untuk Meningkatkan Angka Partisipasi Anak Usia Dini Pada Lembaga PAUD." *Jurnal Abdidas* 1(1):13–21.
- Fuadi, Debi S., Ade Sadikin Akhyadi, and Iip Saripah. 2021. "Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial." *Dikus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah* 5(1):1–13.
- Hamza, Lies Maria, and Devi Agustien. 2019. "Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 8(2):127–35.
- Iskandar, Heru, Patang Patang, and Kadirman Kadirman. 2018. "Pengolahan Talas (*Colocasia Esculenta* L., Schott) Menjadi Keripik Menggunakan Alat Vacuum Frying Dengan Variasi Waktu." *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian* 4(1):29–42.
- Jalaluddin, Jalaluddin, Z. A. Nasrul, and Rizki Syafrina. 2017. "Pengolahan Sampah Organik Buah-Buahan Menjadi Pupuk Dengan Menggunakan Effektive Mikroorganisme." *Jurnal Teknologi Kimia Unimal* 5(1):17–29.
- Khairi, Matlubul, M. Syafiih, and Ahmad Khairi. 2024. "Industry Class Clustering of Software Expertise Competency at SMKN 2 Kraksaan Using Constrained K-Means Clustering

- Algorithm.” *Journal of Computer Networks, Architecture and High Performance Computing* 6(3):1128–33.
- Pratama, Aryan Agus, Restu Alpiansah, Ika Yuliana, L. Jatmiko Jati, and Rizal Ramdani. 2024. “Pendampingan Untuk Inisiasi Implementasi Konsep Green Hotel Pada Entitas Bisnis Perhotelan.” *Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi* 3(2):51–60.
- Rahmat, Alfian, M. Syafiih, and Mochammad Faid. 2023. “Implementasi Klasifikasi Potensi Penyakit Jantung Dengan Menggunakan Metode C4.5 Berbasis Website (Studi Kasus Kaggle.Com).” *INFOTECH Journal* 9(2):393–400. doi: 10.31949/infotech.v9i2.6295.
- Syafiih, M., Nur Aisyah, Nadiyah Nadiyah, Nilna Widia Hastuti, Titimatul Qomariah, and M. Ilham Zidni Syauqillah. 2024. “Aplikasi Terintegrasi SIPONTREN Dalam Meningkatkan Efisiensi Administrasi Di Yayasan Nurul Amin.” *GUYUB: Journal of Community Engagement* 5(3):746–64.
- Syafiih, M., Alfian Ilham Maulana, Siti Hotija, Nur Hatima Inda Arifin, and Suci Hati. 2022. “Manajemen Proyek Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Pengetahuan PKK Desa Kalianan Dengan Pelatihan Menggunakan Marketplace.” *JILPI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi* 1(2):181–88.
- Syafiih, M., Nadiyah Nadiyah, Matlubur Khairi, M. Fadhilur Rahman, and Muafi Muafi. 2023. “PkM Peningkatan Kemampuan Masyarakat Desa Terhadap Teknologi Informasi Melalui Jaringan Internet Sebagai Penerapan IoT Desa Cerdas.” *GUYUB: Journal of Community Engagement* 4(2):142–54.
- Syafiih, M., Awang Risaf Rojabi, and Moch Rifqi Firdaus. 2023. “Strategi Peningkatan Daya Saing Wisata Tirta Agung Wonosari Bondowoso Melalui Transformasi Digital, Teknologi Augmented Reality, Dan Sosial Media Marketing.” *COREAI: Jurnal Kecerdasan Buatan, Komputasi Dan Teknologi Informasi* 4(2):158–64.
- Syafiih, M., Muhammad Syahroni, Zainul Mustofa, Sufi Rohman, and Muhammad Ilfan Asykuri. 2024. “Pendampingan Penguasaan Aplikasi Website Dan Sistem PPDB Online.” *Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi* 3(1):41–50.
- Utomo, Deny, Khoirin Maghfiroh, and Sri Karuniari Nuswardhani. 2024. “Pendampingan Berkelanjutan Dalam Diversifikasi Pangan Olahan Jagung Berbasis ‘Less Waste’ Pada Kelompok Wanita Tani Di Desa Kersikan Gondang Wetan Pasuruan.” *GUYUB: Journal of Community Engagement* 5(4).
- Vinatra, Satriaji. 2023. “Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat.” *Jurnal Akuntan Publik* 1(3):1–8.