

Peningkatan Media Promosi di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan *Internet Marketing* pada Industri Mebel di Kabupaten Jepara

Achmad Zainudin¹, Nur Aeni Widiastuti², Sarwido³, Saharul Alim⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

²nuraeniwidiastuti@unisnu.ac.id

Received: 15 September 2020; Revised: 23 September 2021; Accepted: 6 November 2021

Abstract

Jepara Regency is known as a carving city with its regional superior product is furniture. The distribution of the carving and furniture industry is almost comprehensive in the Jepara area, especially in Tahunan District. The results of Jepara furniture are in great demand by Indonesians and foreigners because of their quality and custom models. Therefore, the furniture industry market is directed towards domestic and export. Along with the development of technology and the industrial revolution 4.0, in Jepara foreign investment (PMA) began to appear, especially in the furniture sector, so that the furniture industry employees began to decrease with the use of technology. The global COVID-19 crisis has affected the Indonesian economy, one of which is the furniture industry. Online media is an alternative media for promotion other than word of mouth marketing during the pandemic. SMEs are required to be able to use it for business continuity. The solution offered is internet marketing training through socialization, training, mentoring, monitoring, and evaluation. The output achievements of this activity are an increase in partner skills in creating social media accounts and content creation, and increasing assets from 18 tools to 20 tools so that they can increase production capacity.

Keywords: *internet marketing; furniture; marketplace*

Abstrak

Kabupaten Jepara dikenal sebagai kota ukir dengan produk unggulan daerahnya adalah mebel. Persebaran industri ukir dan mebel hampir menyeluruh di daerah Jepara terutama di Kecamatan Tahunan. Hasil mebel Jepara banyak diminati orang Indonesia dan luar negeri karena kualitas dan model yang *custom*. Oleh sebab itu, pasar industri mebel mengarah ke domestik dan ekspor. Seiring perkembangan teknologi dan revolusi industri 4.0, di Jepara mulai bermunculan penanaman modal asing (PMA) khususnya di bidang mebel, sehingga karyawan industri mebel mulai berkurang dengan penggunaan teknologi. Adanya krisis covid-19 secara global berpengaruh pada perekonomian Indonesia salah satunya industri mebel. Media *Online* menjadi alternatif media promosi selain media pemasaran dari mulut ke mulut di masa pandemi. Para IKM dituntut bisa menggunakannya untuk keberlangsungan usahanya. Solusi yang ditawarkan adalah pelatihan *internet marketing* melalui sosialisasi, pelatihan, pendampingan, *monitoring*, dan evaluasi. Capaian luaran kegiatan ini adalah peningkatan keterampilan mitra dalam pembuatan akun media sosial dan pembuatan konten, dan peningkatan aset yang semula 18 alat menjadi 20 alat sehingga bisa meningkatkan kapasitas produksi.

Kata Kunci: *internet marketing; mebel; marketplace*

Peningkatan Media Promosi di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan *Internet Marketing* pada Industri Mebel di Kabupaten Jepara

Achmad Zainudin, Nur Aeni Widiastuti, Sarwido, Saharul Alim

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Jepara dikenal sebagai kota ukir. Industri mebel merupakan tonggak perekonomian di Kabupaten Jepara. Oleh sebab itu, mebel merupakan produk unggulan daerah Kabupaten Jepara selain kain tenun troso, gerabah, monel, dan lain-lain (Widiastuti & Tamrin, 2020). Persebaran industri ukir dan mebel hampir menyeluruh di daerah Jepara terutama di Kecamatan Tahunan sebagai sentra industri mebel. Hasil mebel Jepara banyak diminati oleh pasar domestik dan ekspor. Seiring dengan perkembangan teknologi dan revolusi industri 4.0 di Jepara mulai bermunculan penanaman modal asing (PMA) khususnya dibidang mebel. Sehingga menimbulkan dampak yang signifikan kepada para pelaku industri mebel terutama pada mitra yang kami ajak kerjasama di antaranya: (1) kurangnya tenaga ahli, (2) *mindset* pengusaha mebel yang lebih percaya terhadap tenaga manusia daripada menggunakan alat dan (3) media pemasaran yang masih konvensional. Selain adanya PMA pandemi secara global yang terjadi dari bulan maret 2020 sampai sekarang berdampak pada perekonomian Indonesia dan pasar mebel yang ada di Jepara. Banyak industri mebel yang gulung tikar atau beralih usaha untuk kelangsungan usahanya.

Vista Homedeco merupakan mitra yang diajak bekerjasama dalam pengabdian ini. Didirikan pada tahun 2015 yang awalnya memiliki 9 karyawan karena pandemi sekarang menjadi 6 karyawan. Produk yang dihasilkan *furniture* untuk *indoor* meliputi meja, kursi, lemari, tempat tidur, tempat lampu, cermin dinding. untuk *furniture outdoor* meliputi kursi pantai, ayunan, kursi santai, dan lain-lain. Sedangkan, untuk souvenir ada miniatur bebek, mangkok kayu, gantungan kunci, gantungan baju, dasi kayu, dan lain sebagainya. Selama ini Vista Homedeco mempunyai pelanggan tetap yang berasal dari Jakarta dan Bandung. Sedangkan, untuk ekspor ke Taiwan, Malaysia, dan Dubai. Untuk alur produksi masih menggunakan semi mesin maksudnya beberapa keterampilan yang membutuhkan keterampilan tangan dikerjakan oleh

karyawan tetapi untuk desain bahan baku oleh mesin. alur produksi yang ada dimulai dari kayu datang yang sudah di potong kemudian dimasukkan ke oven untuk pengeringan, masing-masing jenis kayu memiliki perbedaan lama waktu pengeringan. Hasil dari proses pengeringan, kayu dipola dan diproduksi sesuai dengan pola yang dibuat kemudian yang terakhir adalah proses *finishing* dan produk jadi.

Permasalahan yang muncul dibidang pemasaran bersamaan dengan adanya pandemi covid-19 transaksi *online* menjadi pilihan. Menurut Irrubai (dalam Purnavita, Sriyana, & Widiastuti, 2018) beberapa industri rumah tangga terutama IKM masih mengalami keterbatasan dalam strategi pemasaran. Oleh sebab itu, tim pengabdian mengusulkan untuk pengembangan *internet marketing* melalui *social media* (*facebook, instagram, marketplace*). Awalnya mitra melakukan pemasaran dari mulut ke mulut melalui pameran mebel dalam skala nasional dan internasional. Dengan adanya wabah covid-19 ini menuntut mitra untuk mengubah metode pemasaran dan target pasar karena terkendala pada ketentuan pembatasan wilayah yang mengganggu distribusi barang.

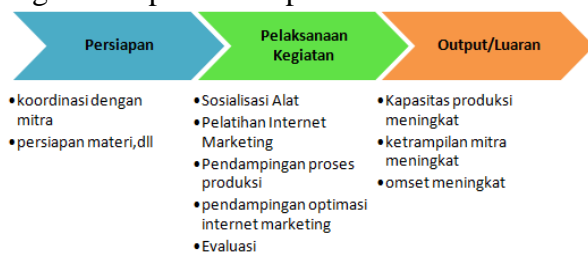
Solusi yang ditawarkan terhadap permasalahan yang muncul adalah pengenalan *internet marketing*. Metode yang dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan, pendampingan, *monitoring*, dan evaluasi. Target luarannya adalah peningkatan pemberdayaan mitra dengan adanya penambahan alat dapat meningkatkan kapasitas produksi, peningkatan keterampilan mitra dalam pemasaran melalui media *online*, publikasi di media massa jawa pos, video kegiatan yang diunggah di *channel youtube* program studi Teknik Informatika UNISNU Jepara.

Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian program pengembangan produk unggulan daerah ini meningkatkan kualitas dan kuantitas produk mitra agar berdaya saing tinggi dengan tetap berpijak pada keunikan/ciri khas daerahnya untuk keberlangsungan usahanya dan mengembangkan produk

unggulan daerah Kabupaten Jepara (DRPM, 2019).

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan di industri mebel Vista Homedeco berlokasi di desa Tahunan RT 02 RW 08 Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara kurang lebih selama 9 bulan dari bulan Maret sampai dengan bulan Desember 2020. Tim Pengabdian berjumlah 4 orang dosen dari multidisiplin ilmu yang ada di UNISNU Jepara dan dibantu oleh 4 orang mahasiswa. Jumlah Peserta pelatihan ada 11 orang yang berasal dari 9 orang karyawan mitra, dan 2 orang dari industri mebel di sekitar mitra. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sosialisasi, pelatihan, pendampingan, *monitoring*, dan evaluasi. Sedangkan alur kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian

Persiapan yang dilakukan meliputi rapat koordinasi antar tim untuk menyamakan persepsi dan satu tujuan. serta sosialisasi kepada mitra tentang kegiatan yang akan dilaksanakan. Pelaksanaan Kegiatan yang ada meliputi sosialisasi alat tentang tata cara penggunaan alat dan kenyamanan serta keselamatan dalam penggunaannya. kemudian pelatihan *internet marketing* tentang sosialisasi internet, pembuatan akun *facebook*, *instagram* dan *tokopedia*. Kemudian pendampingan yang dilakukan untuk *internet marketing* dengan mengelola akun yang ada agar ramai pembeli dengan melakukan tips dan trik yang diberikan. Kemudian Evaluasi adalah melihat perbandingan akun *social media* yang ada dengan *orderan* yang masuk.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kegiatan yang dilakukan dengan metode sosialisasi, pelatihan,

pendampingan, *monitoring*, dan evaluasi dapat disimpulkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Peningkatan Manfaat yang diperoleh Mitra

Aspek	Sebelum	Setelah	Peningkatan (%)
Ekonomi dan Sosial			
Peningkatan Jumlah asset alat yang dimiliki.	18 alat	20 alat	11,11
Peningkatan Keterampilan Mitra dalam Internet Marketing	Hanya Facebook	Sudah buat akun di Instagram, Tokopedia	200
Keberhasilan Mitra Melakukan Ekspor	4x dalam setahun	Belum ada	0

Faktor pendukung keberhasilan program ini dipengaruhi oleh kemudahan mitra dalam diajak kerjasama, akses jalan rumah mitra yang mudah dijangkau, keterbukaan mitra dalam mengungkapkan permasalahan yang ada terutama di masa pandemi seperti sekarang, dan keikutsertaan IKM yang lain yang diundang oleh mitra dalam pelatihan yang kami selenggarakan. Selain faktor pendukung faktor penghambat dalam pelaksanaan ini meliputi: mitra belum mempunyai jaringan internet, pencarian tambahan Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) dilakukan secara *Online* berdasarkan penawaran yang masuk ke email dan belum bisa kunjungan langsung dikarenakan masih dalam masa pandemi covid-19.

Pada Tabel 1. dijelaskan kondisi mitra sebelum dan setelah adanya kegiatan pengabdian ini. dilihat dari jumlah alat yang awalnya ada 18 alat yang dimiliki sekarang bertambah menjadi 20 sehingga bisa meningkatkan kapasitas produksi. Kemudian dalam bidang pemasaran melalui pelatihan *internet marketing* yang awalnya mempunyai akun *facebook* hanya sekedar buat hiburan sekarang bisa dioptimalkan sebagai media pemasaran alternatif melalui media *instagram* dan *whatsapp*. Menurut Setiawan (2019) hasil survei yang dilakukan bahwa 50% *market share* yang ada di *social media* berada di

Peningkatan Media Promosi di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan *Internet Marketing* pada Industri Mebel di Kabupaten Jepara

Achmad Zainudin, Nur Aeni Widiastuti, Sarwido, Saharul Alim

instagram. Oleh sebab itu, fokuslah ke *instagram* untuk mendapatkan market tersebut. Sedangkan menurut (Andrianto, 2019) aplikasi media sosial itu terbagi dalam 2 jenis, yaitu media sosial: *Facebook* dan *Instagram*; serta media pesan: *Whatsapp*, email, *Line*, *Telegram*, dan lain-lain.

Perbedaan signifikan Media Sosial dan Media Pesan adalah kecepatan dan responnya. Oleh sebab itu, kami mengusulkan untuk menggunakan *instagram* dan *facebook* untuk menarik calon pembeli dan ketika terjadi orderan calon pembeli diarahkan ke *whatsapp* agar ke depan bisa di *maintenance* menjadi pelanggan tetap dengan menggunakan fasilitas yang disediakan seperti *broadcast* untuk produk baru, pembaruan sehari 3x di *feed story instgaram*, *whatsapp* dan *facebook*.

Sosialisasi kegiatan pengabdian pada mitra telah dilakukan pada tanggal 28 Maret 2020. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai kegiatan Pengabdian kepada masyarakat melalui Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) yang akan dilaksanakan, sehingga diharapkan mitra dapat berpartisipasi aktif dalam kegiatan tersebut.



Gambar 2. Sosialisasi Program Kegiatan ke Mitra

Pada Gambar 2 merupakan awal kegiatan tim pengabdian dengan mitra setelah tanda tangan kontrak kegiatan pengabdian. Tim Pengabdian menjelaskan kembali program-program yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang ada di Mitra. Tahun 2020 ini dunia dihebohkan dengan pandemi virus corona yang berdampak pada segala bidang terutama di usaha *furniture* banyak orderan ekspor yang di batalkan oleh pembeli terkait pandemi tersebut. Dari program yang ditawarkan mitra setuju dan siap bekerjasama untuk mengembangkan usahanya dan

melesktarikan produk unggulan daerah jepara salah satunya adalah *furniture*.

Setelah sosialisasi ke mitra kegiatan berikutnya adalah pelatihan pengenalan *internet marketing* yang dilaksanakan pada tanggal 15 dan 16 Mei 2020.



Gambar 3. Pelatihan Pengenalan *Internet Marketing*

Pelatihan *internet marketing* diikuti oleh putra dari pemilik vista Homedeco dan industri mebel yang lain dari risna mebel jepara yang tertarik untuk mengikuti pelatihan tersebut. Materi *internet marketing* membahas tentang teori dari *internet marketing*, pengenalan *social media* dan *marketplace*, serta cara optimasi jualan secara *online*. Selama ini mitra sendiri kurang begitu suka dengan *social media* dan lebih cenderung promosi melalui pameran yang berskala nasional dan internasional yang diselenggarakan oleh HIMKI. Ketika terjadi pandemi secara global mau tidak mau mitra dituntut untuk beralih ke media *online*. Selama ini mitra baru memiliki *facebook* sebagai media promosi online tetapi masih pasif hanya sebatas lihat status dari teman-temannya. Karena pandemi ini mau tidak mau mitra harus mulai aktif dalam melakukan promosi secara online. Untuk pemasaran online dikelola oleh Daka Putra dari mitra yang dimulai di tahun 2020 dengan mengaktifkan kembali akun *instagram* dan *marketplace* yang dipilih adalah Tokopedia. Hasil dari evaluasi *social media* yang dimiliki mitra yaitu masih banyak kekurangan mulai dari *follower* yang masih sedikit, foto produk yang kurang menarik, belum menggunakan *fiture* iklan yang disediakan oleh *developer*.

Setelah pelaksanaan Pengenalan *Internet Marketing* yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mitra dalam

promosi melalui media sosial. Kegiatan berikutnya adalah serah terima alat dan sosialisasi cara penggunaan alat. Pada Tanggal 18 Juli 2020 dilakukan serah terima alat antara tim pengabdian dengan mitra kemudian dilanjut dengan serangkaian acara salah satunya adalah sosialisasi alat ke karyawan. Diharapkan dengan adanya alat ini bisa menambah kapasitas produksi yang selama ini belum tertangani dengan maksimal.

Pelatihan dilaksanakan tanggal 18 s/d 20 Juli 2020. Tujuan kegiatan ini adalah diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi yang selama ini alat yang digunakan belum bisa menangani banyaknya pesanan. agar omset bisa naik. Pada sosialisasi alat dijelaskan juga cara yang aman dalam penggunaannya serta cara perawatannya.



Gambar 4. Serah Terima Alat

D. PENUTUP

Simpulan

Dari permasalahan yang ada di bidang pemasaran, dengan adanya pelatihan *internet marketing* dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengelola akun *social media* sebagai media promosi lebih efektif dan berguna dalam meningkatkan promosi produknya. Diharapkan dengan pemasaran yang luas bisa meningkatkan pendapatan mitra dan kelangsungan produk unggulan Jepara.

Saran

Dari hasil program kegiatan yang dicapai dapat disarankan bahwa:

1. untuk peningkatan omset belum terpenuhi karena masih dalam masa pandemi dan belum ada ekspor jadi omset belum tercapai. Oleh sebab itu, masih perlu peningkatan dalam optimasi akun *social media* sebagai media promosi.
2. Perlu adanya tindak lanjut dari pemerintah dan masyarakat untuk terus berupaya menggalakkan produk unggulan Jepara terutama di *furniture* agar tetap terjaga keberlangsungan dan budayanya.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada KEMENRISTEK/BRIN yang telah mendanai kegiatan ini dalam program pengembangan produk unggulan daerah dengan nomor kontrak: 104/SP2H/PPM/DRPM/2020, tanggal 16 Maret 2020.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, W. (2019). Teknik Mengubah Whatsapp Menjadi Mesin Uang. *Billioner Store*.
- DRPM. (2019). Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi XII. *DRPM Kemenristek*.
- Purnavita, S., Sriyana, H. Y., & Widiastuti, T. (2018). Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen. *E-Dimas*, 9(1), 88. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v9i1.2260>
- Setiawan, L. (2019). Cara Mudah Closing di Instagram. *Billioner Store*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Widiastuti, N. A., & Tamrin, T. (2020). Penerapan Aplikasi Mobile Location Based Service Untuk Persebaran Usaha Mikro Kecil Menengah di kabupaten Jepara. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 11(1), 271–278. <https://doi.org/10.24176/simet.v11i1.4015>