

Peningkatan Daya Saing Melalui Optimalisasi Teknologi Digital Pada UD Sinar Sari

¹I Ketut Dedy Suryawan, ²Novia Ari Sandra, ³Ni Putu Thasya Tania Dewi,

⁴I Kadek Dwikan Artawan

Program Studi Sistem Komputer, Fakultas Informatika dan Komputer ¹

Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Vokasi ²

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer ^{3,4}

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Jl. Raya Puputan No. 86 Renon, Denpasar, Bali

*Email: dedymeng@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

UKM UD Sinar Sari merupakan UKM yang bergerak pada pembuatan produk furniture. Berdiri sejak 13 tahun lalu dengan pemiliknya adalah Bapak I Made Dedik Susila. Permasalahan yang dialami UKM ini diantaranya adalah kurangnya peralatan produksi yang menyebabkan mereka sulit meningkatkan kapasitas produksi atau menciptakan produk berkualitas tinggi. Solusi yang diberikan diantaranya pada bidang produksi melalui pengadaan mesin potong HPL (High Pressure Laminate) dan Mesin Amplas Kayu, pada bidang branding melalui pembuatan logo, nota beserta stempel dan pada bidang pemasaran yaitu melalui pembuatan akun sosial media untuk promosi. Metode pelaksanaan meliputi beberapa tahap yakni tahap pengabdian, partisipasi mitra, melakukan evaluasi pelaksanaan dan keperlanjutan program, memberdayakan tim baik dari dosen dan mahasiswa sesuai kepakaran masing-masing. Hasil yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian adalah berupa logo, nota, stempel dan sticker untuk branding UKM UD Sinar Sari. Promosi dilakukan melalui pembuatan media sosial instagram bisnis (<https://www.instagram.com/udsinarsari/>) dan Tiktok (<https://www.tiktok.com/@ud.sinar.sari>) untuk membantu memperluas pemasaran secara lebih mudah dan modern. Capaian luaran berupa publikasi ilmiah di jurnal/prosiding (ber ISSN) pada Jurnal Pengabdian Widyabakti ITB STIKOM Bali serta HKI berupa Video Profil UMKM.

Kata kunci : Industri Furniture, HPL Furniture, UD Sinar Sari

ABSTRACT

UKM UD Sinar Sari is a UKM that manufactures furniture products. It was established 13 years ago and is owned by Mr. I Made Dedik Susila. The problems experienced by this UKM include a lack of modern production equipment, making it difficult for them to increase production capacity or create high-quality products. The solutions provided include, in the field of production, the procurement of HPL (High Pressure Laminate) cutting machines and wood sanding machines; in the field of branding, the creation of logos, notes, and stamps; and in the field of marketing, the creation of social media accounts. The implementation method consists of several stages, namely the research stage, partner participation, evaluation of program implementation and sustainability, and empowering the team of lecturers and students according to their respective expertise. The results achieved by the community service team include the design of a logo, letterhead, stamp, and sticker for the

branding of UKM UD Sinar Sari. Promotion was carried out through the creation of business social media accounts on Instagram (<https://www.instagram.com/udsinarsari/>) and TikTok (<https://www.tiktok.com/@ud.sinar.sari>) to help expand marketing in a more convenient and modern way. The outcomes include scientific publications in journals/proceedings (with ISSN) in the Widyabakti ITB STIKOM Bali Journal and intellectual property rights in the form of an UMKM Profile Video.

Key words: Furniture Industry, HPL Furniture, UD Sinar Sari

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu Kabupaten di Bali, Gianyar dikenal mempunyai beragam tradisi, seni, kebudayaan, dan UMKM. Banyak desa di Gianyar memiliki seni dan kerajinan beranekaragam. Industri furniture, khususnya yang dikelola oleh UKM, mempunyai potensi dan peran yang cukup besar dalam menghasilkan produk kerajinan furniture yang kreatif, bernilai seni serta berkualitas tinggi. Furnitur menjadi salah satu kebutuhan pokok sebagai pelengkap dalam sebuah hunian baru (Primadani *et al.*, 2022). Namun, dalam beberapa tahun terakhir, tantangan yang dihadapi sektor ini semakin kompleks. Persaingan pada industry ini semakin ketat, terutama dengan munculnya industry yang lebih besar dengan kemampuan produksi yang jauh lebih banyak dengan harga yang lebih murah. Selain itu, tren desain yang cepat berubah memaksa pelaku usaha furniture untuk selalu berinovasi agar dapat memenuhi selera konsumen yang dinamis. Di samping itu, keberadaan platform digital yang semakin marak seharusnya dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar. Tuntutan akan fleksibilitas dan inovasi yang tinggi dalam persaingan bisnis mengakibatkan sumber daya dan kapabilitas internal perusahaan dianggap sebagai sumber keunggulan kompetitif (Ciptagustia, 2019). Banyak dari pelaku UKM yang belum memiliki pengetahuan atau sumber daya untuk mengelola pemasaran digital secara efektif, sehingga produk mereka tidak dikenal secara luas oleh konsumen potensial. Tantangan

dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam hal pemasaran, masih menjadi kendala utama bagi banyak UKM furniture di Indonesia.

Salah satu UKM di bidang pembuatan furniture, yaitu UKM UD Sinar Sari. UKM ini menghasilkan berbagai produk furniture seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk Furniture UD Sinar Sari

UD Sinar Sari ini berdiri sejak 13 tahun lalu dengan pemiliknya adalah Bapak I Made Dedik Susila. Berlokasi di desa Silakarang, Singapadu, Kabupaten Gianyar, usaha ini telah menghasilkan berbagai produk furniture seperti Lemari Pakaian dengan harga kisaran Rp. 750.000 – Rp. 5.000.000, Meja TV dengan harga kisaran Rp. 500.000 – Rp. 10.000.000, Meja Kursi Makan / Meja Tamu dengan harga kisaran Rp. 1.500.000 – Rp. 5.000.000, Kitchen set dengan harga Rp. 3.000.000 – Rp. 25.000.000. Adapun Rata – rata bulanan omzet usaha ini adalah Rp 40.000.000 – Rp 50.000.000, dengan keuntungan bersih sekitar Rp. 20.000.000. Karyawan atau pegawai berjumlah 5 orang dengan status karyawan tetap dan freelance.

Bahan baku utama adalah kayu yang dibuat menjadi berbagai produk furniture seperti pada Gambar 2. Durasi pengrajan

bisa mencapai 1 bulan tergantung tingkat kesulitan dan besar kecilnya produk yang dikerjakan



Gambar 2. Bahan Utama Kayu

Pembeli biasanya melakukan pemesanan melalui kontak langsung dengan mendatangi lokasi pembuatan. UKM ini sering menghadapi beberapa masalah utama yang menghambat pertumbuhan usaha mereka. Pertama, kurangnya peralatan produksi yang modern menyebabkan mereka sulit meningkatkan kapasitas produksi atau menciptakan produk berkualitas tinggi. Kedua, UKM ini menghadapi kesulitan dalam meningkatkan omset karena masih terbatas pada pasar lokal dan minimnya strategi pemasaran yang efektif. Ketiga, pemasaran yang dilakukan sering kali tidak optimal karena selain belum bisa memanfaatkan media sosial juga mitra belum mempunyai branding usaha.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing Ukm Furniture melalui optimalisasi teknologi digital pada UD Sinar Sari Silakarang Gianyar. Beberapa solusi yang dapat ditawarkan dalam program pengabdian masyarakat ini. Pertama, penyediaan peralatan produksi yang lebih modern dan efisien akan membantu meningkatkan kapasitas dan kualitas produk UKM furniture. Kedua, peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan penggunaan media sosial dan platform digital untuk pemasaran akan memberikan mereka kemampuan untuk menjangkau lebih banyak konsumen (Suryawan *et al.*, 2024) . Dalam hal ini,

pengenalan strategi digital marketing yang efektif, seperti iklan berbayar dan content marketing, sangat diperlukan. Keberhasilan dalam memperluas pasar pada masa kini sangat ditentukan oleh kehadiran dan aktivitas di media sosial serta platform digital (Yulie Aisyah Binrany *et al.*, 2024). Ketiga, pembuatan branding usaha agar mempunyai identitas unik turut mendukung mengoptimalkan strategi pemasaran digital secara terpadu akan membantu UKM meningkatkan penjualan dan omset. Dengan demikian, integrasi antara teknologi digital, peralatan yang memadai, dan strategi pemasaran yang baik akan mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

Secara ringkas, analisis situasi, permasalahan dan solusi yang diberikan dicantumkan pada tabel 1 dibawah ini

Tabel 1. Analisis Situasi

| No | Bidang | Permasalahan | Solusi |
|----|------------------|--|----------------------------------|
| 1 | Sarana Prasarana | Kurangnya ketersediaan peralatan | Pengadaan peralatan |
| 2 | Promosi | Belum dikenal secara luas di luar daerah | Promosi melalui media sosial |
| 3 | Branding Usaha | Identitas usaha belum punya | Pembuatan Logo, Stempel dan Nota |

RUMUSAN MASALAH

Hasil analisis terhadap kondisi terkini dan berbagai kendala yang dihadapi mitra berhasil merumuskan permasalahan-permasalahan berikut ini:

1. Mitra membutuhkan tambahan sarana prasarana untuk mendukung kegiatan pembuatan furniture. Peralatan yang ada seringkali mengalami kerusakan dan membutuhkan waktu untuk perbaikan maupun penggantian sehingga diperlukan cadangan peralatan

- seperti Mesin Potong Kayu dan Mesin Amplas Kayu.
2. Mitra masih menggunakan cara tradisional dalam mengembangkan usaha karena belum mengerti dan menguasai teknologi digital. Untuk memperluas dan memperkenalkan usaha maka promosi melalui media social diperlukan untuk memperkenalkan ke dunia luar dengan lebih efektif dan efisien.
 3. Mitra masih terkendala dengan dalam upaya meningkatkan branding usaha karena tidak mempunyai identitas khusus seperti logo, stempel dan lainnya sehingga produk – produk yang dihasilkan sering tidak diketahui pembuatnya darimana.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat diawali oleh sosialisasi, FGD branding usaha, pengadaan barang, pelatihan, pendampingan dan evaluasi seperti digambarkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Metode sosialisasi yang digunakan adalah kunjungan lapangan ke lokasi usaha mitra. Adapun agenda dalam kunjungan ini adalah memaparkan program pengabdian masyarakat serta melakukan finalisasi awal terhadap rancangan solusi permasalahan mitra.

FGD Branding, tahap ini melakukan diskusi terkait desain logo, stempel, stiker serta nota yang akan diberikan dan dipakai oleh mitra, untuk membantu meningkatkan branding usaha.

Penyerahan Alat dan Bahan berupa mesin pemotong HPL, mesin penghalus, nota penjualan dengan logo, stiker yang

berisi logo usaha dan stempel. Peralatan dan bahan yang diberikan ini diharapkan mampu meningkatkan proses produksi dan branding usaha menjadi lebih baik.

Pelatihan untuk memperluas promosi diadakan dengan memanfaatkan sosial media dengan membuat iklan dan konten untuk menarik minat konsumen pada media sosial Instagram dan Tiktok. Pendampingan dan Monitoring bertujuan untuk mengevaluasi pelaksanaan pengabdian guna memastikan kegiatan terealisasi dengan sukses dan sesuai rencana.

PEMBAHASAN

Adapun susunan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan pada UKM UD Sinar Sari dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Table 1. Realisasi Kegiatan

| No | Acara | Waktu |
|----|--|-------------------|
| 1 | Perkenalan dan Sosialisasi Program Kerja Pengabdian | 20 Desember 2024 |
| 2 | FGD Branding | 3 Januari 2025 |
| 3 | Penyerahan Barang / Bahan | 1 Maret 2025 |
| 4 | Pelatihan Promosi melalui Akun Media Sosial dan iklan berbayar | 14 Maret 2025 |
| 5 | Pendampingan | April - Juli 2025 |

A. Perkenalan dan Sosialisasi

Tahap Sosialisasi diselenggarakan di tempat mitra pada tanggal 20 Desember 2024 yaitu bertempat di UKM UD Sinar Sari. Selain perkenalan anggota tim secara keseluruhan, juga membahas secara mendalam mengenai tujuan, rencana kegiatan pengabdian kepada mitra agar kegiatan berjalan dengan lancar dan baik. Tim pengabdian juga memaparkan terkait dengan durasi kegiatan, target – target yang diharapkan serta pentingnya kerjasama mitra dalam kegiatan ini seperti ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Perkenalan dan Sosialisasi

B. Focus Group Discussion

FGD dilakukan di Lokasi mitra pada tanggal 3 Januari 2025 bertempat di UKM UD Sinar Sari yang berlokasi di Singapadu Gianyar seperti pada Gambar 5. Pada kegiatan ini telah dilakukan diskusi mengenai beberapa produk untuk meningkatkan branding usaha yaitu nota, logo, sticker serta stempel yang dipilih dan selanjutnya akan dicetak untuk digunakan.



Gambar 5. FGD dengan Pengelola UKM

Terdapat pilihan logo yang diberikan kepada mitra seperti pada Gambar 6 dan desain nota serta stempel berdasarkan logo yang dipilih pada Gambar 7



Gambar 6. Desain Logo



Gambar 7. Bentuk Desain Nota dan Stempel

C. Penyerahan Barang / Bahan

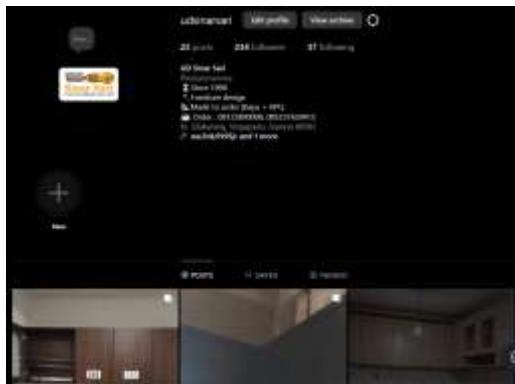
Kegiatan ini diadakan di lokasi pengabdian pada tanggal 1 Maret 2025. Pada kegiatan tersebut diserahkan Alat Pemotong HPL dan Mesin Penghalus Kayu



Gambar 8. Penyerahan Barang / Bahan

D. Pelatihan Promosi Media Sosial Instagram

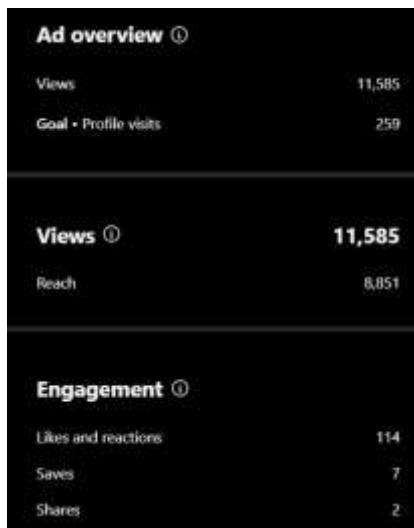
Kegiatan ini diadakan di lokasi pengabdian pada tanggal 14 Maret 2025. Pada kegiatan tersebut dilaksanakan pelatihan penggunaan media social Instagram sebagai media digital marketing. Akun Instagram mitra yaitu <https://www.instagram.com/udsinarsari>



Gambar 9. Akun Instagram Mitra

E. Pendampingan dan monitoring

Kegiatan ini diadakan di lokasi pengabdian pada bulan April dan Juli 2025. Pada kegiatan tersebut dilaksanakan pendampingan dan evaluasi media Instagram yang digunakan untuk promosi serta peralatan yang digunakan. Untuk meningkatkan promosi maka dilakukan dengan cara membuat iklan berbayar pada media Instagram di bulan Juli 2025 selama 6 hari dengan hasil seperti pada Gambar 9.



Gambar 10. Insight Iklan

Secara keseluruhan, ketercapaian target dari masing – masing solusi program pengabdian dengan indikator yang terkuantifikasi diuraikan pada Tabel 2 dibawah ini

Table 2. Ketercapaian Target

| Solusi | Target | Indikator Capain | Hasil (%) | Ket. |
|--------|--------|------------------|-----------|------|
|--------|--------|------------------|-----------|------|

| | | | | |
|-----------------------------|---|--|-----|--|
| Pengadaan Mesin Potong HPL | Peningkatan Kapasitas Produksi | Mesin Potong KHPL tersedia dan digunakan untuk produksi | 100 | Tersedia |
| | | Peningkatan kapasitas produksi furniture meningkat 20% | 100 | 4 Meja/bln menjadi 5 meja/bln |
| Pengadaan Mesin Amplas Kayu | Efisiensi waktu Mengamplas bahan baku | Mesin Amplas Kayu tersedia dan digunakan untuk proses produksi | 100 | Tersedia |
| | | Efisiensi waktu penghalusan kayu hingga 50% | 100 | Waktu menghaluskan kayu atau HPL yang biasanya 30 menit menjadi 15 menit |
| Pembuatan Logo | Penguatan identitas usaha dan peningkatan kepercayaan pelanggan | Logo tersedia | 100 | Sudah tersedia |
| | | Logo digunakan pada nota usaha | 100 | Logo telah digunakan pada desain nota |
| | | Logo digunakan Pada stempel usaha | 100 | Logo telah digunakan pada desain stempel |
| | | Logo digunakan pada media pemasaran | 100 | Logo sudah digunakan pada media social Instagram & Facebook |
| Pembuatan Nota dan Stempel | Meningkatkan legalitas dan kredibilitas | Nota usaha tersedia | 100 | Desain nota tersedia |
| | | Stempel usaha | 100 | Desain stempel |

| pel Usaha | as usaha di mata pelanggan | tersedia | | tersedia |
|-------------------------------------|--|--|-----|---|
| | | Nota dan stempel usaha digunakan pada setiap transaksi | 100 | Nota dan stempel digunakan |
| Pemb uatan Prom osi atau pema saran | Promosi yang lebih luas dan peningkatan pengenalan usaha kepada masyarakat | Video profile tersedia pada platform youtube | 100 | Video tersedia di youtub |
| | | Publikasi konten minimal 3x sebulan | 100 | Konten tersedia di Instagram (Sebelumn ya 0 konten) |
| | | Iklan berbayar di Instagram | 100 | Iklan sudah ditayangkan selama 1 minggu dan mendapatkan 95 follower dan dikunjungi 259 kali |
| | | Perluasan Jangkauan Pemasaran | 100 | Pemasaran mencapai pulau jawa |

SIMPULAN

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dan dapat diambil dalam kegiatan ini adalah, beberapa permasalahan yang dialami mitra seperti pengelolaan masih tradisional, logo, serta peralatan yang masih kurang memadai serta belum memiliki akun sosial media yang optimal untuk digital marketing. Target pengabdian yang telah dilaksanakan oleh tim adalah pelaksanaan sosialisasi, FGD, pembuatan desain logo, nota, stempel, bantuan peralatan serta pembuatan akun sosial media instagram dan tiktok. Dalam era digital seperti sekarang, digital marketing melalui social media menjadi penting untuk memperluas dan memudahkan pelaku pasar dalam menemukan produk. Selain itu logo dan video profile akan membuat branding

menjadi lebih kuat dihati konsumen. Peralatan baru seperti alat pemotong HPL dan mesin penghalus kayu dapat membantu proses produksi menjadi lebih cepat dan rapi. Keberlanjutan program ini sangat diperlukan melalui pemantauan secara berkala melalui konten yang diposting pada media sosial dan memberikan bantuan peralatan lainnya

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kami ucapkan kepada pihak yang telah memberikan dukungan finansial terhadap pelaksanaan kegiatan ini, yaitu ITB STIKOM Bali. Demikian juga terhadap mitra kami yaitu UD Sinar Sari yang telah berperan aktif dalam penyediaan tempat dan waktu. Dukungan ini sangat berperan penting dalam kelancaran dan kesuksesan program pengabdian kepada masyarakat yang kami laksanakan di UD Sinar Sari. Hasil dari kegiatan ini semoga dapat memberikan manfaat yang semaksimal mungkin bagi mitra dan masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciptagustia, A. (2019) ‘Pengaruh Manajemen Talenta Terhadap Distinctive Capabilities serta Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Industri Furniture Rotan’, Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa, 16(1), pp. 1–15. Available at: <https://doi.org/10.29313/performa.v1i2.4476>.
- Primadani, T.I.W. et al. (2022) ‘Pengembangan Wirausaha Kreatif Karang Taruna Melalui Pelatihan Pembuatan Furniture Dengan Finishing Hpl (High Pressure Laminate) Di Desa Tirtomoyo, Kabupaten Malang’, Indonesian Journal of Economic Community Development, 2(1), pp. 54–60. Available at: <https://doi.org/10.25105/ijecd.v2i1.10376>.

- Suryawan, I.K.D. et al. (2024) ‘Penguatan Kapasitas Kelompok Industri Rumah Tangga Anyaman Bambu Melalui Perbaikan Usaha Dan Digital Marketing Di Desa Kedisan’, Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 2(2). Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.36774/jurdimas.v2i2>.
- Yulie Aisyah Binrany et al. (2024) ‘Analisis Media Sosial dalam Peningkatan Pemasaran Global’,

Student Scientific Creativity Journal, 2(4), pp. 109–117. Available at: <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i4.3405>.