

Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Upaya Transformasi Bisnis Pada UMKM Dhapank Furnitur Di Desa Pecabean

Riyanto^{1*}, Annisah Fauziyah², Nasya Dian Rosvita³

Teknologi, Manajemen Informatika, Universitas Teknologi Digital, Tegal, Indonesia

Email: ¹riyantoamik.2019@gmail.com, ²anisafauziah031@gmail.com, ³nasyadianrospita@gmail.com

(*Email Corresponding Author: riyantoamik.2019@gmail.com)

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam menerapkan *digital marketing* melalui perkembangan identitas usaha guna memperkuat *branding* serta daya saing usaha. Kegiatan ini ditujukan kepada UMKM Dhapank Furnitur yang dikelola oleh pemilik usaha dan dibantu 3 tenaga kerja. UMKM Dhapank Furnitur merupakan usaha furnitur di Kabupaten Tegal yang masih menghadapi permasalahan pada aspek pemasaran, minimnya pengetahuan mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara bersama pemilik usaha, pendampingan teknis, diskusi, dan evaluasi. Evaluasi dilakukan melalui terjun langsung di rumah produksi guna pelaksanaan wawancara bersama pemilik usaha untuk mengetahui permasalahan pada UMKM. Capaian kegiatan meliputi pembuatan *website* berbasis *WordPress*, visualisasi *branding* UMKM, dan *manual book*. Kegiatan ini dapat meningkatkan keterampilan digital mitra dalam pemanfaatan *digital marketing*.

Kata Kunci: *Branding, Digital Marketing, Furnitur, UMKM, Website*

Abstract

The Community Service Program (PKM) aimed to improve the partner's capability in implementing digital marketing through the development of business identity to strengthen branding and enhance business competitiveness. This program was conducted at Dhapank Furniture MSME, which is managed by one business owner and supported by three employees. Dhapank Furniture MSME is a furniture business located in Tegal Regency that faces marketing challenges, particularly the limited knowledge and utilization of digital media as a promotional tool. The methods employed in this program included observation, interviews with the business owner, technical assistance, discussions, and evaluation. The evaluation was carried out through direct visits to the production site and interviews with the business owner to identify the problems and assess the implementation of the program. The outcomes of the program included the development of a WordPress-based website, MSME branding visualization, and a digital marketing manual book. The program successfully enhanced the partner's digital skills in utilizing digital marketing as a strategy to support business promotion and development.

Keywords: *Branding, Digital Marketing, Furniture, MSME, Website*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari sektor usaha yang dapat diandalkan sebagai indikator dalam stabilitas perekonomian baik di tingkat lokal maupun daerah bahkan dikala kondisi perekonomian negara ini mengalami guncangan hebat (Simangusong 2022). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didefinisikan dengan berbeda setiap literatur menurut beberapa lembaga atau instansi bahkan undang undang (Agustin et al. 2023). Usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun sebagian besar UMKM masih menjalankan usahanya secara konvensional seperti halnya pemasaran penjualan langsung atau berupa toko fisik. Kondisi ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar dan sulitnya bersaing dengan para pelaku usaha yang telah memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi terkini.

Digital marketing hadir sebagai solusi strategis untuk membantu para pelaku UMKM bertransformasi bisnis dari sistem konvensional menuju sistem pemasaran dan penjualan digital. *Digital marketing* merupakan semua upaya pemasaran yang didukung oleh penggunaan tools elektronik dan internet, mencakup berbagai taktik dan saluran misalnya pemanfaatan mesin pencari dengan SEO maupun SEM, sosial media, konten dalam pemasaran, email, dan lain-lain, agar dapat berhubungan dengan pelanggan yang sudah ada maupun potensial (Erwin, Ardyan A., Ilyas A. 2023). Menerapkan digitalisasi dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan kelembagaan dan usaha mereka. *Digital marketing* memungkinkan manajemen data yang lebih rapi, komunikasi yang lebih cepat, serta akses informasi yang lebih luas mengenai cara pengelolaan pengelolaan hutan, peluang pasar, dan kebijakan yang mendukung. Hal ini mendorong proses perencanaan dan pengambilan keputusan yang lebih terbuka dan transparan. *Digital marketing* menjadi salah satu komponen utama dari strategi pemasaran era modern. Dengan kemajuan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas bisnis tidak lagi dapat mengandalkan metode pemasaran tradisional saja (Banjarmasin et al. 2024). *Digital marketing* juga membantu dalam pengelolaan administrasi pengelolaan administrasi usaha, pencatatan transaksi, serta komunikasi dengan pelanggan secara cepat dan efisien.

UMKM Dhapank Furnitur merupakan usaha yang bergerak dalam bidang produksi furnitur dan mebel yang berlokasi di Desa Pecabean, Kecamatan Pangkah, Kabupaten Tegal. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, UMKM ini mampu memproduksi 150 unit furnitur setiap bulannya dengan kualitas produk yang baik. Meskipun demikian, kegiatan pemasaran yang dilakukan masih tradisional melalui promosi dari mulut ke mulut serta penjualan langsung kepada pelanggan. Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM Dhapank Furnitur diantaranya yaitu:

1. Pemasaran masih bersifat konvensional
2. Jangkauan pasar terbatas
3. Pemanfaatan teknologi digital belum maksimal
4. Literasi digital pemilik dan anggota yang masih minim,
5. Identitas merek belum terbentuk secara profesional
6. Belum tersusunnya struktur organisasi usaha secara formal

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan membantu UMKM Dhapank Furnitur dalam mengimplementasikan *digital marketing* melalui pengembangan *website*, media sosial, logo usaha, *e-flyer*, *x-banner*, serta upaya peningkatan pemahaman mengenai pemasaran digital sehingga mampu memperkuat *branding* dan meningkatkan daya saing usaha pada UMKM Dhapank Furnitur.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan selama enam bulan, di mulai dari bulan Januari 2026 hingga bulan Juni 2026 di UMKM Dhapank Furnitur yang beralamat di Jalan Purwitasari RT 16/RW 05, Desa Pecabean, Kecamatan Pangkah, Kabupaten Tegal.

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini terdiri atas beberapa tahapan, berikut ini keterangan tahapan kegiatan yang dilaksanakan selama kegiatan PKM berlangsung:



Gambar 1. Contoh diagram alur pengabdian kepada masyarakat

Pada tahap persiapan terdapat beberapa prosedur yang tersusun, yaitu meliputi:

1. Penyusunan program kerja
2. Pengurusan perizinan kegiatan

3. Observasi langsung ke lapangan dan wawancara dengan pemilik
4. Identifikasi kebutuhan dan permasalahan mitra
5. Penyusunan materi pendampingan

Pada tahap pelaksanaan terdapat beberapa prosedur yang tersusun, yaitu meliputi:

1. Sosialisasi mengenai pentingnya *digital marketing*
2. Pendampingan pembuatan identitas usaha
3. Pembuatan logo usaha
4. Pembuatan *webiste* UMKM
5. Pembuatan akun media sosial UMKM
6. Pembuatan *e-flyer* promosi UMKM
7. Pembuatan *x-banner* UMKM
8. Pembuatan visi, misi, dan struktur organisasi UMKM

Tahap evaluasi dilakukan melalui:

1. Observasi penerapan media digital
2. Wawancara dengan pemilik usaha
3. Monitoring penggunaan *website* dan media sosial.
4. Penilaian ketercapaian luaran kegiatan

3. HASIL PEMBAHASAN

Hasil Obsevasi dan wawancara bersama pemilik UMKM Dhapank Furnitur menunjukkan bahwa kondisi awal mitra beroperasi yaitu di tahun 2009 yang dikelola oleh Bapak Heri Hartono. Produk utama yang dihasilkan meliputi lemari, bufet, *kitchen set*, dan berbagai furnitur rumah tangga berbahan kayu. Walaupun memiliki kapasitas produksi yang cukup tinggi, namun pemasaran produk yang masih terbatas pada konsumen lokal sehingga potensi usaha belum berkembang secara maksimal. Berikut tabel implementasi dari hasil penjualan tahun 2025 UMKM Dhapank Furnitur:

3.1. Tabel dan Gambar

UMKM Dhapank Furnitur memiliki fasilitas produksi yang cukup lengkap dengan daya produksi yang cukup tinggi. Setiap bulannya, mereka mampu menghasilkan sekitar 150 unit mebel yang di produksi dengan kayu-kayu berkualitas. Tingkat produksi ini menunjukkan bahwa UMKM Dhapank Furnitur sudah bisa beroperasi secara mandiri mulai dari pengadaan bahan baku, proses pengendalian produk, hingga peningkatan kualitas produk dalam hal produksi dan pengelolaan.

Tabel 1. Penjualan Produk Tahun 2025 UMKM Dhapank Furnitur

Bulan	Total Penjualan
Agustus	62 unit
September	70 unit
Oktober	78 unit
November	110 unit
Desember	140 unit

Gambar yang dicantumkan merupakan hasil luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat diantaranya yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. E-flyer sebagai media promosi digital



(a)

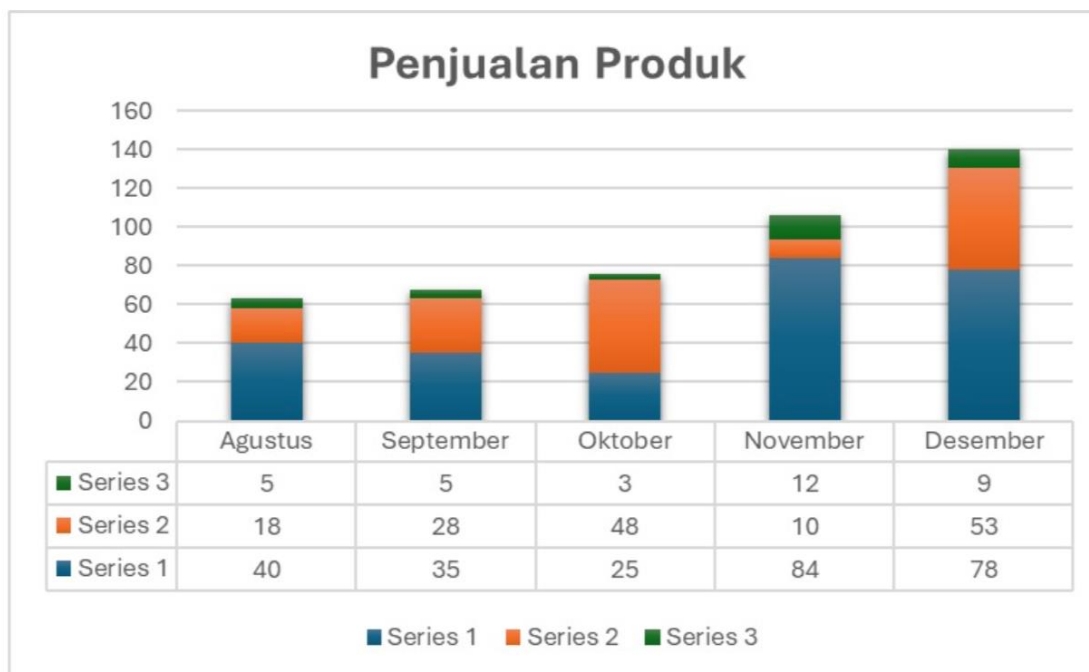


(b)



(c)

Gambar 3. X-banner UMKM (a) Logo UMKM (b) Visi Misi UMKM (c)



Gambar 4. Grafik Rekapitulasi Penjualan Produk Bulanan

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM Dhapank Furnitur dapat membantu memudahkan mitra dalam menerapkan *digital marketing* sebagai upaya transformasi bisnis yang lebih profesional. Penerapan *digital marketing* memberikan manfaat berupa peningkatan pemahaman literasi digital, tersedianya media promosi yang lebih modern, serta terbukanya peluang pasar yang lebih luas. Luaran yang dihasilkan pada kegiatan PKM yaitu berupa *website*, logo usaha, media sosial, *x-banner*, *e-flyer*, visi misi usaha, dan struktur organisasi usaha yang mampu mendukung penguatan *branding* usaha. Dengan adanya pendampingan ini UMKM Dhapank Furnitur memiliki kesiapan yang lebih baik dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Teknologi Digital yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada tim pelaksana PKM sehingga kegiatan ini mampu terselesaikan dengan baik. Ucapan terimakasih juga disampaikan tim kepada pemilik dan anggota UMKM Dhapank Furnitur yang telah memberikan kesempatan pelaksanaan kegiatan, partisipasi aktif dan kerja sama yang baik selama kegiatan PKM berlangsung.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Alferina, Guntur Pramana Edy Putra, Destiana Tunggal Pramesti, and Harries Madiistriyatno. 2023. "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi." *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS* 16:33.
- Banjarmasin, Politeknik Negeri, Universitas Tadulako, Universitas Islam, Ahmad Dahlan, Universitas Dhyana Pura, and Universitas Padjadjaran. 2024. "Politeknik Negeri Banjarmasin, 2 Universitas Tadulako, Universitas Islam Ahmad Dahlan, 4 Universitas Dhyana Pura 5 Universitas Padjadjaran." *Ardiansah Rian* 08(02):1–10.
- Erwin, Ardyan A., Ilyas A., Et al. 2023. *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing Pada Era Society 5.0 -*

Google Books. edited by M. K. P. Efitra, S.Kom., M.Kom Sepriano. Kota Jambi.

Simangusong, Bernadeth. 2022. "Peluang Dan Tantangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 1(1):25–39. <https://jurnal.ubt.ac.id/index.php/jureka/article/view/125>.

Syahza, A., Rosnita, Suwondo, & Nasrul, B. (2013). Potential Oil Palm Industry Development in Riau. *International Research Journal of Business Studies*, 6(2), 133-147. <https://doi.org/10.21632/irjbs.6.2.133-147>