

## Usulan Manajemen Strategik Pada Rizky Berkah Mebeul

Muhammad Rizal, Lita Permata Umi, Ratih Hadiani

Manajemen, Fakultas, Ekonomi dan Bisnis

Email: muhammadrizal714@unibi.ac.id; lita.permata26@unibi.ac.id; ratih.hadiani@unibi.ac.id

### Abstrak

Industri furniture merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan signifikan di Indonesia, didukung oleh melimpahnya sumber daya alam dan kreativitas sumber daya manusia. UMKM memegang peranan penting dalam industri ini, termasuk Rizky Berkah Meubeul yang berfokus pada produksi dan pemasaran furniture berbahan kayu. Meskipun memiliki potensi pasar yang luas, usaha ini menghadapi kendala dalam hal inovasi produk, jangkauan pemasaran, serta pencatatan arus kas yang masih manual. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi produk, memperluas pemasaran melalui media daring, serta menyusun sistem pencatatan keuangan yang lebih efektif. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, dengan langkah-langkah berupa pelatihan teknologi pemasaran, edukasi inovasi produk, dan penerapan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan daya saing Rizky Berkah Meubeul, memperluas jangkauan pasar, serta mempermudah pengelolaan keuangan untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** furniture, UMKM, inovasi produk, pemasaran online, pengelolaan keuangan

### Abstract

*The furniture industry is one of the fastest-growing sectors in Indonesia, supported by abundant natural resources and the creativity of human resources. SMEs play a vital role in this industry, including Rizky Berkah Meubeul, which focuses on producing and marketing wooden furniture. Despite its potential market, the business faces challenges in product innovation, limited marketing reach, and manual cash flow recording. This study aims to develop product innovation, expand marketing through online media, and establish a more effective financial recording system. The research uses a descriptive analysis method with steps including technology marketing training, product innovation education, and the implementation of a structured financial recording system. The results are expected to enhance Rizky Berkah Meubeul's competitiveness, broaden market reach, and simplify financial management to support sustainable growth.*

**Keywords:** furniture, SMEs, product innovation, online marketing, financial management

## 1 PENDAHULUAN

Furniture merupakan terminologi yang dipakai untuk perabotan rumah tangga yang berfungsi untuk menyimpan barang, sebagai tempat duduk, tempat tidur, tempat untuk

menulis sesuatu berupa meja atau tempat meletakkan sesuatu di atasnya. Sebagai contoh, furniture yang berfungsi untuk menyimpan pada umumnya dilengkapi dengan pintu, laci dan rak, seperti lemari buku, lemari pakaian, dll. Furniture biasanya

memiliki tekstur dan warna yang indah yang disebabkan oleh proses akhir yang halus (Bank Indonesia, 2008). Industri furniture termasuk dalam lima industri dengan nilai pertumbuhan terbesar, ini sejalan dengan semakin banyaknya proyek perumahan, gedung, dan perkantoran.

Industri furniture merupakan industri yang mencakup pengolahan bahan baku berupa kayu, rotan, atau bahan baku lainnya yang diproses untuk meningkatkan nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi menjadi produk barang jadi furniture (AMKRI, 2015). Indonesia memiliki potensi yang besar dalam pengembangan industri furniture terutama karena melimpah dan beragamnya Sumber Daya Alam (SDA) sebagai sumber bahan baku (yang murah), Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai sumber ide kreatif, beragamnya suku dan budaya sebagai sumber terciptanya keunikan (kekhasan) produk, terbuka luasnya pasar, dan besarnya dukungan pemerintah bagi tumbuh kembangnya industri furniture. Pemerintah sebagai regulator, fasilitator dan stimulator, telah menyusun dan melaksanakan kebijakan dan berbagai program dalam pengembangan industri furniture. Beberapa instansi yang terkait dalam pengembangan Industri furniture khususnya yang berorientasi ekspor antara lain Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Perbankan, Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM).

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan

usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang - Undang. Pelaku usaha pada industri furniture ini sebagian besar adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Jawa Barat seluruhnya berjumlah hampir 30 juta (Koperasi Jabar, 2022). Di Jawa Barat sendiri pengrajin furniture berada menyebar hampir di semua kota dan kabupaten.

Rizky Berkah Meubeul merupakan usaha furniture yang memulai usahanya pada tahun 2018. Nama Rizky Berkah Meubeul juga diambil dari nama anak pemilik usaha. Rizky berkah meubeul bertempat di Jl Cigagak RT03/RW04 No. 43 tempat tersebut digunakan untuk memproduksi dan melakukan penjualan Rizky berkah meubeul ini memproduksi furniture dan interior dengan menggunakan bahan kayu, busa, kain, dan paku. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan yaitu ada di kisaran 1.000.000 hingga 5.000.000 harga tersebut tergantung kesulitan dari pembuatan barang. Saat ini Rizky Berkah Meubeul memasok produknya ke toko-toko 312ank e pameran-pameran. Dengan cakupan Pulau Jawa, dan menyediakan gratis ongkos kirim dengan jarak tertentu. Masalah yang dihadapi oleh UKM Rizky mebeul adalah pemasaran produk yang jangkauannya belum luas disebabkan pemasarannya hanya memasok bahan ke toko toko di beberapa daerah dengan begitu hanya menjangkau daerah tertentu saja, selanjutnya inovasi produk sendiri yang cenderung monoton. Baru membuat produk yang inovasi ketika ada custom pesanan pelanggan meminta seperti apa untuk produk yang diinginkan. Penyusunan pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual dan kontrol terhadap kas yang masih kurang maksimal. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana mengembangkan inovasi produk pada UKM Rizky Mebeul, bagaimana mengembangkan media pemasaran online pada UKM Rizky Mebeul, dan bagaimana cara menyusun dan

mengontrol arus kas masuk dan keluar pada UKM Rizky Mebeul.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan elemen kunci dalam mempertahankan daya saing suatu bisnis, khususnya di sektor UMKM. Menurut Kotler & Keller (2016), inovasi dapat meningkatkan nilai tambah pada produk, membantu memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berkembang, dan menciptakan diferensiasi di pasar. Proses inovasi tidak hanya melibatkan pengembangan produk baru, tetapi juga perbaikan produk yang sudah ada agar lebih sesuai dengan keinginan konsumen. Rogers (2003) menambahkan bahwa keberhasilan adopsi inovasi tergantung pada beberapa faktor, seperti manfaat relatif yang dirasakan konsumen, kompatibilitas produk dengan kebutuhan mereka, serta tingkat kompleksitas yang rendah dalam penggunaannya.

### 2.2 Pemasaran Online

Digitalisasi telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar melalui pemasaran online. Chaffey & Ellis-Chadwick (2019) menjelaskan bahwa pemasaran online memungkinkan usaha kecil menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional. Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan marketplace online adalah alat yang efektif untuk meningkatkan visibilitas merek. Selain itu, Strauss & Frost (2016) menyebutkan bahwa strategi pemasaran digital yang efektif memerlukan konten menarik, interaksi aktif dengan konsumen, dan optimasi SEO untuk memastikan produk mudah ditemukan oleh calon pelanggan.

### 2.3 Pengelolaan Keuangan pada UMKM

Pengelolaan keuangan yang baik menjadi dasar keberlanjutan bisnis, terutama bagi UMKM. Menurut Zimmerer & Scarborough (2005), pengelolaan arus kas

yang efektif memungkinkan pelaku usaha memantau aliran dana, mengurangi risiko keuangan, dan mendukung pengambilan keputusan strategis. Sari & Zain (2020) menambahkan bahwa meskipun banyak UMKM belum memiliki sistem pencatatan yang terstruktur, pelatihan sederhana tentang pembukuan dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan. Dengan menggunakan teknologi sederhana atau aplikasi pencatatan, UMKM dapat lebih mudah melacak pendapatan, pengeluaran, dan profitabilitas usaha mereka.

## 3 METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan menggunakan metode analisis deskriptif dengan menggambarkan kondisi dan masalah yang terjadi pada perusahaan langkah yang dilakukan diantaranya memberikan training singkat penggunaan teknologi untuk memudahkan dalam mempromosikan dan mengelolanya, serta memberikan edukasi dari permasalahan pembukuan dan arus masuk dan keluarnya kas perusahaan

Menurut Sugiyono (2004:169) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Metode yang digunakan dalam program kegiatan ini adalah metode deskriptif untuk menggambarkan keseluruhan kondisi dan masalah yang ada pada perusahaan Rizky Berkah Mebeul. SWOT Menggunakan tools SWOT maupun TOWS tidak jauh berbeda yang membedakan lebih ke Internal perusahaan dan TOWS eksternal perusahaan, dengan kedua tools tersebut kita bisa melihat serta memperkuat kelebihan dan meminimalisir kekurangan perusahaan. Fungsi analisis tersebut dalam furniture Rizky Berkah Mebeul adalah sebagai penentu strategi pengembangan usaha furniture dalam jangka panjang sehingga arah tujuan dapat dicapai dengan jelas dan dapat dilakukan pengambilan keputusan secara cepat

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat dapat dilihat dari dua indikator yaitu ketercapaian target luaran dan peningkatan skill peserta yang diukur melalui pemaparan materi dan juga simulasi yang mengeluarkan output berupa pengaplikasian kegiatan.

### 4.1 SWOT ANALISIS

SWOT terdiri dari empat elemen; Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Kesempatan), dan Threats (Ancaman). Empat elemen ini juga terbagi ke dalam dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Tabel 1. SWOT Analisis.

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
1. Kualitas produk yang dihasilkan baik	1. Sumber daya karyawan yang masih kurang
2. Karyawan yang handal	2. Rendahnya teknologi informasi
3. Harga barang yang dijual dapat terjangkau untuk semua kalangan	3. Daerah pemasaran yang kurang luas
4. Penyediaan mesin dan alat-alat yang digunakan untuk produksi cukup memadai	4. Pencatatan keuangan masih bersifat mandiri tanpa melalui divisi khusus keuangan
5. Model furniture sangat modern dan mengikuti perkembangan zaman	5. Jadwal pembuatan produk dan pengiriman produk yang tidak teratur
<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
1. Kondisi pasar yang mendukung	1. Harga bahan baku yang tidak stabil
2. Produk bisa menyesuaikan keinginan konsumen ( <i>Custom</i> )	2. Adanya pendatang baru
3. Mampu bersaing dengan usaha Mebeul yang lain	3. Banyaknya pesaing dengan produk sejenis yang menjual dengan harga yang lebih murah
	4. Reaktifnya usaha Mebeul terhadap keinginan konsumen

Sumber: Penelitian (2020)

### 4.2 Matriks TOWS

Matriks TOWS analisis merupakan alat lanjutan yang digunakan untuk mengembangkan empat pilihan strategi, yaitu

SO, WO, ST, dan WT. Matrik TOWS digunakan untuk mempertemukan faktor kunci internal dan eksternal untuk membuat satu strategi dalam suatu perusahaan. Analisa harus didasarkan pada kondisi yang sedang terjadi dengan persaingan yang sedang berjalan. Adapun tujuan dari analisa matriks TOWS adalah untuk menggambarkan berbagai alternatif yang dapat dijalankan berdasarkan pada faktor kunci internal dan eksternal. Berdasarkan matrix SWOT diatas, beberapa strategi alternatif untuk pengembangan usaha di Rizky Berkah Mebeul adalah:

#### 1) Strategi SO

Strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah dengan cara melakukan pelatihan bagi karyawan produksi agar lebih terlatih, cepat dan tepat dalam bekerja dan menghasilkan produk sesuai pesanan tepat waktu, serta menambah keunggulan dan pelayanan yang diberikan ke konsumen agar menjadi keunggulan di perusahaan. Dengan adanya strategi ini diharapkan perusahaan dapat mengelola aktivitas perusahaan dan memiliki relasi dengan konsumen yang baik sehingga dapat mempertahankan konsumen yang royal.

#### 2) Strategi WO

Strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah dengan cara menambah karyawan baru pada bagian produksi agar dapat menerima semua orderan yang masuk, meningkatkan penguasaan teknologi agar memaksimalkan pencatatan transaksi yang terjadi, memasarkan produk online sesuai dengan zaman yang semakin berkembang dan membuat rekap persediaan bahan baku agar produksi dapat dilakukan konsisten. Tidak ada salahnya perusahaan mencoba melakukan kegiatan pemasaran dan pencatatan dengan system online atau terkomputerisasi agar produk lebih dikenal di masyarakat lebih luas dalam upaya

perluasan pasar dan pencatatan lebih terkontrol agar tujuan jangka panjang perusahaan dapat tercapai dengan segera.

- 3) Strategi ST  
Strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah dengan tetap menjaga kualitas dan keunggulan produk yang dimiliki perusahaan, selain itu dapat mempertahankan supplier tangan pertama dengan tujuan agar mendapatkan produk yang maksimal dengan harga yang sesuai dengan pasar. Dengan strategi ini selain perusahaan mendapatkan laba yang diinginkan namun juga dapat menjamin kualitas produk dan membuat konsumen puas dengan produk tersebut.
- 4) Strategi WT  
Strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah dengan meningkatkan penguasaan teknologi dan SDM yang berkualitas agar perusahaan mempunyai daya saing yang baik diantara para pesaingnya atau dengan cara lain meminimalisir human error yang terjadi diperusahaan serta menanamkan citra produk yang baik pada benak konsumen.

## 5 SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Terbatasnya pemahaman mengenai teknologi informasi pada Rizky Berkah Mebeul mengakibatkan proses pemasaran pada Rizky Berkah Mebeul belum luas. Melalui pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan dapat pengelolaan UMKM dengan meningkatkan pemahaman mengenai teknologi informasi.
2. Rizky Berkah Mebeul belum memiliki system pencatatan yang sistematis sehingga proses digitalisasi pada pencatatan keuangan Rizky Berkah

Mebeul belum memadai. Melalui pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan dapat mengelola UMKM dengan meningkatkan pemahaman mengenai teknologi informasi.

3. Reaktifnya keinginan konsumen terhadap mebeul menimbulkan masalah pada Rizky Berkah Mebeul khususnya jadwal pembuatan dan pengiriman produk yang kurang teratur. Melalui pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan dapat mengelola UMKM dengan meningkatkan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi.
4. Melalui pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan Rizky Berkah Mebeul yang disebabkan pandemic Covid-19 melalui pengelolaan manajemen dengan memahami dan memanfaatkan teknologi informasi.
5. Melalui Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai produk dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, keuangan dan pemanfaatan teknologi.

Setelah pelaksanaan Pengabdian Kepada Rizky Berkah Mebeul ini diharapkan agar Rizky Berkah Mebeul kedepannya lebih maju dan lebih banyak dikenal masyarakat, lebih sering mengupdet desain-desain produk yang menarik perhatian minat konsumen serta meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan bahan-bahan baku yang berkualitas, melakukan pengecekan dan penyetulan ulang produk yang akan dikirim kekonsumen agar produk bebas cacat dan meningkatkan daya saing perusahaan dengan memonitor harga yang diterapkan oleh para pesaingnya. Serta tercipta pengelolaan manajemen UMKM dengan memanfaatkan teknologi informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

AMKRI (Asosiasi Mebel dan Kerajinan Rotan Indonesia). (2015). Industri Furniture

- dan Potensi Pengembangannya di Indonesia. Jakarta: AMKRI.
- Bank Indonesia. (2008). Furniture dan Peranannya dalam Ekonomi Nasional. Jakarta: Bank Indonesia.
- Koperasi Jawa Barat. (2022). Statistik UMKM Jawa Barat. Bandung: Koperasi Jawa Barat.
- Sugiyono. (2004). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th ed.). Free Press.
- Sari, A. D., & Zain, A. (2020). "Pengaruh Pelatihan Keuangan terhadap Efisiensi Pengelolaan Keuangan pada UMKM." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 125-135.
- Strauss, J., & Frost, R. (2016). E-Marketing (7th ed.). Pearson Education.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2005). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (4th ed.). Pearson Education.