

BAB I

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Furnitur merupakan salah satu komoditas strategis bagi ekonomi Indonesia. kriteria yang menjadikan furnitur sebagai komoditas strategis karena furnitur merupakan produk yang bernilai tambah tinggi dan berdaya saing global. Produk furnitur Indonesia berdaya saing karena tidak saja Indonesia memiliki sumber bahan baku alami yang melimpah dan berkelanjutan, namun juga didukung oleh keragaman corak dan desain yang berciri khas lokal serta ditunjang oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang cukup kompeten. Melimpahnya bahan baku yang tersebar di seluruh Indonesia menjadi keunggulan yang tak dimiliki negeri lain. Tingginya daya saing furnitur Indonesia juga karena desain yang unik serta bahan baku yang khas seperti rotan, bambu, dan kayu-kayu yang bagus dibandingkan furnitur yang diproduksi oleh negara lain.¹

Mebel atau furnitur adalah perabot yang diperlukan, berguna atau disukai, seperti barang atau benda yang dapat dipindah-pindah, digunakan untuk melengkapi rumah, kantor dan sebagainya. Maksudnya berarti mebel atau furnitur adalah semua benda yang ada dalam suatu bangunan dan digunakan

¹ Fadhil Sjahrul Akhdan, 'Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Pada Himpunan Pengusaha Mebel Pasundan Cimahi', Skripsi, 2021, 21216056.

oleh penghuninya untuk duduk, berbaring, menyimpan benda, serta mendukung aktifitas sehari-harinya. Jenis produk mebel sangat beragam meliputi seluruh perabot. Produk mebel seperti meja, kursi dan lemari merupakan produk yang dihasilkan dengan jumlah yang dominan dari yang lain.²

Berdasarkan pada bahan bakunya, furnitur dapat terbuat dari kayu, logam, plastik, rotan dan bahan baku lainnya. Produksi furnitur kayu mencapai 80% dari total seluruh produksi, sedangkan furnitur yang berbahan baku rotan dan bambu berkontribusi sebanyak 11%, furnitur logam mencapai 8% dan furnitur plastik hanya mencapai 2% dari keseluruhan produksi furnitur Indonesia.

Di desa Bungin Tambun ini memiliki berbagai jenis kayu yang berkualitas, seperti meranti merah, meranti putih dan lainnya. Meranti merah adalah pohon yang tingginya dapat mencapai 50 m, diameternya 100 cm, berbanir 2,5 m dari permukaan tanah, kulit luar berwarna kelabu atau coklat dengan tebal sekitar 5 mm.³ kayu meranti merah biasanya digunakan untuk membuat kusen, jendela, pintu dan lain-lain. Biasanya untuk membuat lemari, kursi dan lainnya menggunakan jenis kayu medang. Kayu medang adalah Kayu teras berwarna coklat merah kekuning-kuningan sampai keabu-abuan. Kayu gubal pada umumnya berwarna putih atau

² Femil Anggia Putra and others, 'Identifikasi Produksi Dan Pemasaran Karya Muda Furniture Dalam Insudtri Mebel', *CIVED*, 6.3.

³'Meranti', *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*
<<https://id.wikipedia.org/wiki/Meranti>>.

kuning muda dan mempunyai batas yang jelas dengan kayu teras.⁴ jenis kayu ini merupakan salah satu jenis kayu terbanyak di desa bungin tambun, kayu ini bersifat lunak agak keras.

Kreativitas dan inovasi merupakan kemampuan seseorang dalam menghasilkan sesuatu, dapat berupa ide-ide yang baru ataupun suatu produk, dan juga dapat mengembangkan sesuatu yang sudah ada.

Hal ini sejalan dengan Redhana n.d. yang menyatakan bahwa, adanya berpikir kreatif dapat menghasilkan ide ataupun gagasan, memikirkan suatu hal dalam dengan sudut pandang yang berbeda yang dapat bersifat imajinatif, mampu menciptakan ide-ide baru. Indikator keterampilan kreativitas dan inovasi yakni: (1) teknik penciptaan ide yang luas; (2) menghasilkan ide baru; (3) elaborasi; (4) menganalisis; dan (5) evaluasi ide dalam memperbaiki dan memaksimalkan usaha-usaha kreatif⁵

Sering ditemukan kualitas furniture produsen lokal kurang memiliki kualitas dan daya saing tinggi seperti. Kemudian tidak memiliki desain yang unik atau terlihat hanya sekedar memenuhi kegunaan furnitur tersebut. Yang terakhir produsen lokal jarang sekali yang memiliki inovasi dalam

⁴ 'Kayu Medang', *Kayu123* <<https://www.kayu123.com/>>.

⁵ Fifi Fitrianty Ellya, Billyardi Ramdhan, and Jujun Ratnasari, 'Profil Keterampilan Kreativitas Dan Inovasi Pada Produk Peserta Didik Berbantuan Aplikasi Tiktok Di MAN 2 Kota Sukabumi', *Biodik*, 7.3 (2021), 114–22 <<https://doi.org/10.22437/bio.v7i3.13418>>.

produknya hanya mengikuti furnitur yang sudah banyak terjual sehingga produsen lokal susah untuk memimpin pasar jika hanya menjadi pengikut tidak mengutamakan inovasi.

Pengembangan komunitas berbasis aset (ABCD) merupakan metodologi pembangunan berkelanjutan masyarakat berdasarkan kekuatan dan potensi yang dimilikinya. Hal ini melibatkan penilaian sumber daya, keterampilan, dan pengalaman yang tersedia di masyarakat; mengorganisir komunitas seputar isu-isu yang menggerakkan anggotanya untuk bertindak; dan kemudian menentukan dan mengambil tindakan yang tepat. Cara ini menggunakan aset dan sumber daya milik masyarakat sebagai landasan pembangunan; itu memberdayakan masyarakat dengan mendorong mereka untuk menggunakan apa yang sudah mereka miliki.⁶

Kemajuan teknologi serta aliran alat koneksi ialah hal yang tidak bisa di cegah, kemajuan itu sering kali berikan akibat yang teramat besar terhadap betapa seseorang ataupun sesuatu organisasi menampung dan mengedarkan penjelasan informasi dalam proses komunikasinya, internet telah menjadi sistem komunikasi dunia yang terluas dan terumum yang sekarang menyandingi sistem telpon global dalam jangkauan jarak, internet juga merupakan impelementasi terluas didunia dari komunikasi dan jaringan klien atau server yang

⁶ WikiPedia Insiklopedia, 'Asset-Based Community Development' <https://en.wikipedia.org/wiki/Asset-based_community_development>.

menghubungkan ratusan ribu jaringan individu diseluruh dunia dan lebih dari 1 milyar orang. Kata internet berasal dari kata networking atau terhubungnya jaringan-jaringan terpisah yang masing-masing memiliki identitasnya sendiri menjadi jaringan paling terhubung. Di Indonesia perkembangan teknologi meningkat cepat mulai dari musim ke musim serta pada warsa ke warsa oleh karena itu masuk satu ragam alat aktual yang di sebut internet yang dimana internet tersebut semakin berkembang di masyarakat Indonesia.⁷

Menurut Nurohman dkk Media sosial saat ini digemari oleh banyak kalangan, baik kalangan muda maupun kalangan dewasa. Media sosial adalah wadah yang dapat menghubungkan satu individu dengan individu yang lain pada jagat maya.⁸ Tidak hanya berfokus pada komunikasi antar individu, namun media sosial juga merambah pada bidang pemasaran yang berpengaruh pada perubahan ekonomi digital. Pada bidang media sosial pemasaran banyak memunculkan beragam jenis *platform digital* yang dapat memudahkan pemasar untuk mendistribusikan barang atau jasa kepada masyarakat secara luas.

⁷ Nabila Iwan Sahara and Fajar Adi Prakoso, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi Di Wilayah Jakarta Selatan)', *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 2020.

⁸ Rina Sari Qurniawati yulfan Arif Nurohman, Alvin Yahya, 'Peran Promosi Media Sosial Pada Pemilihan Program Studi Manajemen Bisnis Syariah', *Among Makarti*, 11.22 (2018), 62–76.

Menurut *We Are Social* yang bekerja sama dengan Hootsuite, 130 juta orang Indonesia aktif di jejaring sosial. Laporan *We Are Social* mengungkapkan bahwa total populasi Indonesia adalah 265,4 juta sementara pengguna internet mencapai setengah dari populasi sebesar 132,7 juta. Melihat jumlah pengguna internet, dapat dikatakan bahwa seluruh pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial. *We Are Social* mengatakan ada 132,7 juta pengguna internet, dimana 130 juta di antaranya adalah pengguna media sosial aktif, dengan persensi 49%.⁹

Perkembangan teknologi dan informasi memberikan dampak bagi para pengusaha ataupun produsen. Mau tidak mau mereka harus bersaing agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Pemasar harus pandai membaca situasi pasar, serta cepat dan tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu, mengomunikasikannya dan menarik minat konsumen untuk mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi. Selain itu, akibat perubahan teknologi yang begitu cepat, juga berdampak kepada perubahan perilaku masyarakat. Dampak paling nyata adalah masyarakat begitu cepat dan pandai dalam memilih

⁹ A'rasy Fahrullah Muhammad Alib Hafid, 'Peran Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Di Event Surabaya', *Jurnal Syarikah*, 9.1 (2023), 34–46.

produk yang disukai dan membandingkan agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.¹⁰

Di desa bungin tambun ada usaha mebel. Yang baru berkembang dan mengalami kesulitan dalam mencari konsumen, dan juga produk yang dihasilkan modelnya belum ada yang mengikuti perkembangan globalisasi, seperti membuat furniture yang *aesthetic* atau yang simpel tapi elegan. Sehingga tidak ada perkembangan dalam usahanya. Padahal banyak kayu-kayu yang berkualitas tinggi tapi tidak dikembangkan menunjang kesejahteraan perekonomian. Dengan barang baku sebaik itu seharusnya wirausaha mebel dapat menggunakannya dengan karya-karya yang bisa mengikuti perkembangan zaman, sehingga dapat menunjang peningkatan perekonomian di Masyarakat.

Pendekatan ABCD memungkinkan masyarakat membangun desanya dengan kekuatan yang sudah ada ditengah masyarakat tanpa tergantung bantuan dari pihak luar. John McKnight mengajarkan kata mutiara yang sangat bagus, *No body has Nothing* atau tidak ada orang yang tidak punya sesuatu, dan juga dalam mahfuzat yang sudah umum, yaitu *likulli syai'in maziyyah*. Masyarakat yang tinggal disini adalah aset, pemerintah setempat juga aset. Bersama-sama

¹⁰ Murwanto Sigit, 'Marketing Syariah Sebagai Jiwa Bisnis', *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAEE)*, 1 (2018), 146-52.

memberikan sumbangsih untuk perbaikan masjid dan sekolah tersebut.¹¹

Pemasaran pada mebel ini masih dilakukan secara konvensional atau masih menggunakan metode mulut ke mulut tanpa pemanfaatan platform digital sebagai wadah, sehingga produk furniture yang dihasilkan kurang dikenal pada Masyarakat luas . dan juga penggunaan aktif platform digital masyarakat sekitar adalah media sosial Facebook dan Whatsapp.

Dari permasalahan kedua itu penulis ingin membantu wirausahawan yang berada di desa bungin tambun untuk meningkatkan kreativitas dalam pembuatan produk mebel dan membantu wirausahawan meningkatkan perluasan konsumen, sehingga menjadi lebih maju, dengan melakukan Pendampingan Wirausahawan Di Desa Bungin Tambun Dengan Metode *Asset-Based Community Development (Abcd)*

2. Permasalahan Dilokasi

Adapun permasalahan dilokasi kegiatan ;

1. Kurangnya wawasan wirausahawan mebel mengenai adanya model dan jenis yang terbaru pada produk-produk mebel

¹¹ Esi Hairani and Nadjematul Faizah, 'Metode ABCD Dalam Pendampingan Keberlangsungan Masjid Al-Fattah Dan Pesantren Madaniyatul Qur ' an Esi Hairani * Dan Nadjematul Faizah Pendidikan Agama Islam , Institut Ilmu Al- Qur ' an (IIQ) Jakarta Kota Tangerang Selatan , Indonesia', *Pengabdian Masyarakat*, 5.4 (2023), 1492–1505.

2. Kurangnya wirausahawan mebel dalam pemahaman dan pemanfaatan internet atau akses internet dalam perluasan pengetahuan produk muebel
 3. Kurangnya wirausahawan mebel dalam memahami penggunaan internet untuk pengembangan usaha atau sebagai sarana perluasan untuk menarik konsumen
3. Tujuan Kegiatan
- Adapun permasalahan dilokasi kegiatan ;
1. Wirausahawan mebel mendapatkan wawasan mengenai model dan jenis yang terbaru pada produk-produk muebel
 2. Wirausahawan mebel mendapatkan pemahaman tentang pemanfaatan internet atau akses internet dalam perluasan pengetahuan produk muebel
 3. Wirausahawan mebel Dapat memahami penggunaan internet dalam pengembangan usaha atau sebagai sarana perluasan untuk menarik konsumen
4. Manfaat Kegiatan
1. Secara Teoritis
Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai inovasi-inovasi prioduk muebel serta bagaimana cara memanfaatkan internet dalam perkembangan usaha
 2. Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan tentang bagaimana cara penggunaan internet dalam mengembangkan usaha dan juga peran inovasi dalam pengembangan usaha.

b. Bagi Pelaku Usaha

Dapat meningkatkan perekonomian hasil dari inovasi produk muebel dan juga menambah wawasan dalam berjualan melalui internet.

c. Bagi Lembaga yang Bersangkutan

Dapat membantu memasarkan produk yang di buat dan memberikan peluang untuk para UMKM untuk lebih berkembang.

