

Pelatihan Foto Produk Pada UMKM Bu Erni Di Desa Mojotengah Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang

¹⁾Allya Almuqrhoina Fajri*, ²⁾Regita Ayudhea Permata Putri, ³⁾Agus Widiyarta

^{1,2,3)}Administrasi Publik, FISIP, UPN "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Email Corresponding: 20041010195@student.upnjatim.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Pelatihan
Foto Produk
Teknik Fotografi
UMKM
Desa Moiotengah

Bidang fotografi telah berkembang hingga mengalami kemajuan dan sudah menjadi salah satu kebutuhan penting bagi kelangsungan hidup manusia. Fotografi bisa membuka kesempatan dalam dunia bisnis, salah satunya untuk mendukung pemasaran produk. Mojotengah adalah salah satu desa di Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Desa Mojotengah yang menawarkan produk lokal berkualitas tinggi yang dibuat oleh UMKM. Permasalahan yang timbul dalam hal ini yakni kurangnya keterampilan pelaku UMKM dalam mengambil foto yang menarik pada produknya. Selain itu dikarenakan kekurangan alat-alat atau properti yang menarik dalam pengambilan foto. Pelatihan foto produk ini diadakan dengan tujuan untuk memperbaiki kemampuan peserta dalam mengambil foto produk dengan benar agar lebih menarik perhatian pembeli. Pelatihan foto produk ini menggunakan metode PALS dan dilaksanakan dalam beberapa tahapan. Kemudian UMKM tersebut membuat akun media sosial untuk tujuan pemasaran dan foto produk tersebut kemudian diiklankan pada akun media sosial milik pelaku UMKM. Hasil yang didapatkan dari pelatihan ini yakni pelatihan ini diikuti dengan antusias oleh pelaku UMKM dan terjadi peningkatan pada penjualan produk dikarenakan hasil foto produk yang baru berhasil menarik perhatian lebih banyak pembeli.

ABSTRACT

Keywords:

Training
Product Photos
Photography Technique
MSME
Mojotengah Village

Photography has developed so that it has progressed and has become one of the important needs for human lives. Photography can open opportunities in the business world, one of which is to support product marketing. Mojotengah is one of the villages in the Bareng District, Jombang Regency. Mojotengah Village which offers high quality local products made by MSMEs. The problem that arises in this case is the lack of skills of MSME actors in taking attractive photos of their products. Apart from that, due to the lack of interesting tools or properties in taking photos. This product photo training was held with the aim of improving participants' ability to take product photos correctly so as to attract more buyers' attention. This product photo training uses the PALS method and is carried out in several steps. Then these MSMEs create social media accounts for marketing purposes and product photos are then advertised on social media accounts belonging to MSME actors. The results obtained from this training were that this training was enthusiastically attended by MSME actors and there was an increase in product sales because the results of new product photos managed to attract the attention of more buyers.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia sangat berminat dalam membuka bisnis dalam bentuk usaha kecil dan menengah (UMKM). Usaha kecil dan menengah merupakan kelompok usaha terbesar di Indonesia yang menyumbang 60% pertumbuhan ekonomi Indonesia (Pradiani, 2017). Perusahaan UMKM sedang diperkuat untuk menghadapi krisis global. Tidak mudah menghadapi pasar dunia karena produk dari pelaku UMKM disaingkan dengan produk dalam negeri maupun luar negeri. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk menghindari hal tersebut yakni dengan melakukan pengembangan UMKM sehingga produknya dapat bersaing di pasar dunia.

Desa Mojotengah yang terletak di Kecamatan Bareng, Jombang, Jawa Timur secara geografis meliputi wilayah seluas 5,22 km² pada tahun 2016 dan memiliki jumlah penduduk sebanyak 3.246 jiwa (BPS Kab. Jombang, 2020). Berdasarkan besarnya jumlah penduduk di wilayah seperti tersebut di atas, desa Mojotengah membutuhkan bantuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan agar perekonomian setiap keluarga di sana dapat meningkat. Sebelumnya, proses pendampingan untuk UMKM lokal dilaksanakan di wilayah Bareng untuk melakukan peningkatan kualitas pemasaran media sosial dan legalitas usaha .

Pemasaran di media sosial sebaiknya didasarkan pada foto produk yang ditampilkan, seperti contoh kemasan atau foto proses pembuatan produk, dikarenakan masyarakat yang suka belanja secara online hanya dapat mengetahui penjualan produk dari foto yang dipublikasikan dan tidak bisa langsung melihat produknya (Servanda et al., 2019). Hal tersebut akan menjadi masalah ketika foto produk yang diunggah di dunia maya kurang bagus dan kurang menarik bagi pembeli. Itu sebabnya foto produk mempengaruhi kepercayaan masyarakat dalam membeli suatu produk. Selain itu, 89% masyarakat memutuskan untuk membeli suatu produk karena adanya konten menarik di media sosial (Setiawan, 2020).

Desa Mojotengah memiliki UMKM yang membuat dan menjual berbagai macam produk makanan dan minuman, baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun ada beberapa UMKM Desa Mojotengah yang memerlukan perbaikan dalam hal pemasaran produk, salah satunya dalam pengambilan foto produk tadi. Kendala yang dikarenakan foto produk yang kurang menarik tadi mengakibatkan penjualan produknya kurang stabil dan bahkan tidak ada perkembangan dikarenakan kurangnya kepercayaan masyarakat dalam berpikir untuk membeli produk tersebut.

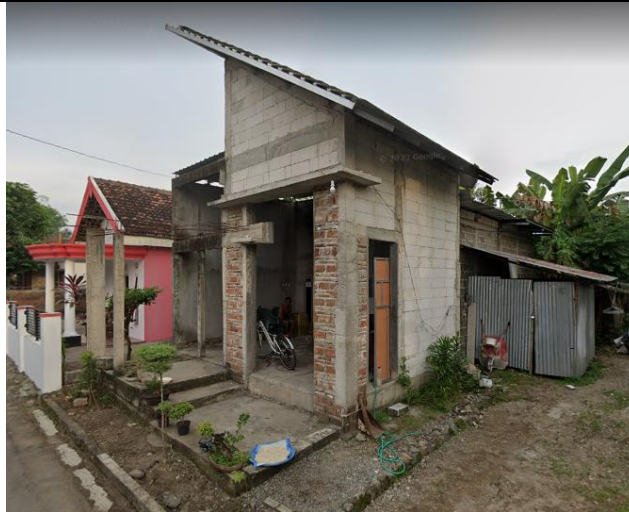
Foto produk merupakan foto yang diambil dengan kamera atau smartphone yang dibantu oleh sarana dan prasarana fotografi untuk menciptakan citra produk yang baik dan menarik. Salah satu alat untuk membuat foto produk adalah cahaya (Setiadi, 2017). Pelaku UMKM biasanya menggunakan smartphone yang dilengkapi dengan sumber cahaya berupa lampu kilat yang diarahkan ke arah yang sama saat pengambilan foto, sehingga menghasilkan foto yang kurang bagus (Fauzi & Lina, 2021). Sinar matahari dapat digunakan sebagai sumber cahaya yang dapat digunakan pada foto produk.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis dan tim pelaksana yang terdiri dari para mahasiswa KKNT-MBKM Kelompok 08 UPN “Veteran” Jawa Timur mengadakan pelatihan foto produk untuk para pelaku UMKM di Desa Mojotengah dengan tujuan agar pelaku UMKM dapat memahami dasar-dasar fotografi produk dan daya tarik produk yang dipromosikan sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan kegiatan ini nantinya bisa dilakukan secara mandiri oleh pelaku UMKM sendiri (Nugraheny et al., 2022).

II. MASALAH

Berdasarkan dari kegiatan survei lapangan dan analisis kebutuhan pada UMKM Desa Mojotengah yang telah dilakukan oleh penulis dan tim pelaksana, diperoleh hasil bahwa pelaku mengalami kendala dalam memasarkan produknya di media sosial dikarenakan tampilan gambar/foto produk yang kurang menarik perhatian sehingga mengakibatkan masyarakat kurang yakin untuk membeli produknya. Selain itu pelaku UMKM memiliki kekurangan pengetahuan dan kemampuan tentang teknik pengambilan foto produk yang benar dengan smartphone. Kendala lainnya yakni pelaku UMKM tidak mengetahui strategi dalam mengelola unggahan media sosial untuk memasarkan produk, seperti tidak rajin membuat story terkait promosi produknya di media sosial atau mengenai waktu yang strategis dalam mempromosikan produk di media sosial. Kesulitan lainnya yang dialami oleh pelaku UMKM yakni kurangnya kemampuan dalam menentukan lokasi pengambilan gambar, tidak memiliki properti untuk menghias produk, pencahayaan yang kurang, dan kualitas kamera handphone dengan kualitas terbatas.

Terdapat faktor yang mengakibatkan permasalahan tersebut terjadi. Pertama, belum pernah diadakan sosialisasi dari pihak Desa Mojotengah mengenai strategi pemasaran produk UMKM termasuk dalam bidang foto produk. Kedua, belum berfungsinya organisasi karang taruna desa yang masih baru saja didirikan. Ketiga, sebagian besar masyarakat masih kurang paham dalam bidang teknologi. Oleh karena itu, perlu diadakan pelatihan dan pendampingan oleh mahasiswa KKNT-MBKM Kelompok 08 UPN “Veteran” Jawa Timur yang anggotanya berasal dari jurusan Manajemen, Administrasi Publik, Administrasi Bisnis, Agribisnis, Hubungan Internasional, dan Ekonomi Pembangunan untuk menyelesaikan permasalahan dan kendala tersebut sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat Desa Mojotengah.



Gambar 1. Lokasi pelaksanaan pelatihan foto produk di kediaman Bu Erni



Gambar 2. Pemberian desain label produk baru sebelum pemaparan materi



Gambar 3. Uji coba teknik foto produk oleh tim pelaksana

III. METODE

Pelatihan foto produk bagi UMKM Desa Mojotengah menggunakan metode PALS (*Participatory Action Learning System*), yakni dengan cara melibatkan mahasiswa pada kegiatan kewirausahaan untuk memberikan perubahan menuju perbaikan dalam program kewirausahaan (Firda et al., 2022). Pelatihan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, dimulai dengan survei di lapangan dan analisis kebutuhan berkelanjutan untuk membuat kerangka kerja pemecahan masalah. Tahap selanjutnya yakni penyaringan, persiapan penyebaran dan operasi inti. Urutan langkah-langkah tersebut dibuat dengan tujuan agar peserta dapat memahami teknik foto produk dan dapat mempromosikan foto produk barunya di akun media sosial (Purwanto & Veranita, 2018).

Kegiatan penyeleksian peserta pelatihan ini diumumkan melalui pesan berantai kepada tiga belas UMKM di Desa Mojotengah melalui WhatsApp oleh mahasiswa KKN Tematik MBKM Kelompok 08 UPN “Veteran” Jawa Timur. Berdasarkan hasil seleksi peserta yang telah dilakukan profiling untuk mengidentifikasi calon peserta, ditemukan bahwa peserta utamanya adalah peserta dengan potensi produk original dan terpilih lima UMKM untuk mengikuti kegiatan ini. Dalam penulisan jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat akan difokuskan pada salah satu dari lima UMKM yang terpilih dan paling antusias untuk mengikuti pelatihan ini, yaitu UMKM milik Bu Erni. UMKM Bu Erni merupakan UMKM yang menjual beraneka macam kue tart, kue kecil, dan roti-rotian. Penjualan UMKM ini dapat dipesan melalui media sosial atau datang langsung ke tempat kediaman Bu Erni. Ongkos kirim pengiriman pesanan untuk lingkup Desa Mojotengah dihargai gratis oleh Bu Erni. Pesanan juga dapat diambil langsung di kediaman Bu Erni.

Kegiatan diselenggarakan di rumah pelaku UMKM masing-masing untuk memudahkan akses dan kegiatan peserta. Persiapannya antara lain membuat studio mini dengan cara memanfaatkan sinar matahari, meja atau kursi, dan mempersiapkan karton warna-warni sebagai latar belakang foto.

Peserta diperbolehkan untuk bebas berekspresi tentang produk mereka, dengan tujuan untuk menyajikan manfaat dari produk mereka sendiri. Tahapan kegiatan utama dalam pelatihan ini di antaranya (Nurchaya dkk, 2022):

1. Presentasi Materi

Bertujuan untuk membekali peserta agar memahami dan mengetahui tentang bidang teknik foto dan pengelolaan media sosial untuk berbisnis seperti melalui *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp Business*.

2. Pelatihan dan Pembinaan

Bertujuan untuk membagikan pengalaman kepada peserta tentang penempatan produk yang benar, cara menyesuaikan arah cahaya atau sinar matahari, mengarahkan sudut kamera secara tepat, dan mengedit foto secara sederhana melalui handphone milik peserta (Saptiyono et al., 2021).

Berdasarkan hasil dari survei di lapangan, maka solusi dalam pemecahan masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut (Nurchaya, 2022):

- a. Penulis dan tim pelaksana membahas teknik pemilihan peserta, lokasi kegiatan yang mudah diakses dan familiar, lokasi pengambilan gambar dengan pencahayaan yang memadai dan penentuan properti sesuai kebutuhan peserta.
- b. Melakukan pelatihan fotografi dengan memberikan materi terkait teknik foto/fotografi dan media sosial untuk mempromosikan produk.

Pelatihan teknik foto produk dilaksanakan pada tanggal 26 Mei 2023 di rumah kediaman Bu Erni dan diawali dengan presentasi kecil-kecilan oleh tim pelaksana di hadapan peserta yang merupakan pelaku UMKM mengenai pengelolaan media sosial sebagai media pemasaran produk dan pengaruh foto produk pada minat masyarakat. Salah satu materi terpenting terkait pengelolaan media sosial yang dipaparkan yakni terkait waktu yang efektif dalam mempromosikan produk di media sosial milik pelaku UMKM (Nurchaya et al., 2022).



Gambar 4. Pemaparan materi pada peserta

Usai presentasi dilakukan, selanjutnya yaitu perancangan studio mini untuk persiapan foto produk. Penulis dan tim pelaksana membantu peserta dalam menyusun produk dengan fitur-fitur yang meningkatkan

penampilan produk, seperti penambahan aksesoris atau bahan dasar pada produk. Serta melakukan uji coba untuk menentukan sudut kamera dan pencahayaan yang tepat.



Gambar 5. Peserta menghias dan mendekorasi produknya sendiri agar terlihat lebih menarik dengan properti yang sudah disiapkan oleh tim pelaksana

Setelah itu, tim pelaksana melakukan uji coba pengambilan foto produk menggunakan handphone dan kamera DSLR. Setelah foto hasil uji coba dirasa sudah tepat dan bagus, peserta dipersilahkan untuk mengambil foto produknya sendiri dengan kamera handphone milik peserta, yang mengikuti sudut pengambilan foto oleh tim pelaksana sebelumnya.



Gambar 6. Peserta mencoba mengambil gambar produknya sendiri sesuai arahan tim pelaksana

Hasil pengambilan foto produk dari peserta selanjutnya dapat diunggah di akun WhatsApp atau Instagram milik peserta, atau peserta juga dapat mengedit fotonya lagi supaya bisa mendapatkan hasil foto yang lebih baik (Sudaryanto et al., 2019). Foto produk yang sudah diuji coba oleh tim pelaksana juga diserahkan kepada peserta atau pelaku UMKM untuk diunggah ke akun media sosial milik peserta (Nurchahya et al., 2022)



Gambar 7. Salah satu contoh hasil foto produk yang diambil gambar oleh peserta

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan pelatihan foto produk pada UMKM Bu Erni dapat diketahui sebagai berikut:

1. Antusiasme para pelaku UMKM yang ada di Desa Mojotengah cukup tinggi, serta rasa penasaran dari para pelaku UMKM yang tinggi hingga mereka bersedia untuk mengosongkan jadwal mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan ini.
2. Jika dibandingkan dengan keempat UMKM lainnya, hanya UMKM Bu Erni yang terlihat paling berani untuk mencoba mengambil foto produknya sendiri sesuai arahan dari tim pelaksana dibandingkan dengan UMKM lainnya.
3. Pelatihan foto produk pada UMKM Bu Erni telah dilaksanakan sesuai dengan rencana tim pelaksana. Beliau sendiri terlihat senang dan bersemangat karena sudah memahami cara mengambil gambar produk yang baik dan benar berkat diadakannya pelatihan ini.
4. Bertambahnya pengetahuan para pelaku UMKM tentang dunia fotografi dalam berbisnis dan menambah semangat pada para pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya melalui foto produk yang lebih menarik perhatian pembeli.
5. Meningkatnya kemampuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam pengambilan foto produk seperti pencahayaan, sudut kamera, latar belakang foto, caramendekorasi produk, dan tata letak produk saat difoto.

Setelah pelaksanaan pelatihan foto produk ini selesai, kemudian dilakukan monitoring dan evaluasi dengan melihat keaktifan pelaku UMKM dalam mengunggah hasil foto produk mereka sendiri untuk promosi di media sosial. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa UMKM Bu Erni telah dapat meningkatkan keterampilan dalam pengambilan foto produk dan menerapkan teknik foto produk yang sudah diajarkan oleh tim pelaksana.

V. KESIMPULAN

Pengambilan foto produk memang harus menggunakan teknik dan tidak dapat disepelekan. Walaupun mengambil foto yang bagus dan menarik itu terlihat sulit dan membutuhkan banyak, tapi sebenarnya bisa dilakukan dengan mudah karena hanya perlu menggunakan peralatan seadanya, contohnya seperti kamera smartphone, kertas karton, bangku/kursi, dan cahaya matahari. Pelaku UMKM kemudian akan mengunggah hasil foto produk tersebut ke media sosial. Setelah dilaksanakannya kegiatan ini, penting untuk memastikan bahwa ke depannya perlu diadakan pembinaan pada pelaku UMKM tentang cara mengelola penggunaan media sosial, karena sebagian besar UMKM tidak memiliki akun khusus untuk produk mereka dan unggahan foto produknya dicampur dengan unggahan foto pribadi. Selain itu juga perlu diadakan pembinaan yang difokuskan kepada UMKM dalam kegiatan branding produk agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat luar daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada teman-teman dari kelompok KKNT-MBKM Kelompok 08 UPN “Veteran” Jawa Timur, Pak Mutasim selaku Dosen Pembimbing Lapangan, dan terima kasih banyak kepada Bu Erni atas waktu dan tempatnya yang telah diberikan kepada tim pelaksana untuk melaksanakan kegiatan pelatihan teknik foto produk pada UMKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kab. Jombang. (2020). Jumlah Penduduk Menurut Desa, Kelurahan, dan Kelompok Umur 2019. Jombangkab.Bps.Go.Id. <https://jombangkab.bps.go.id/statictable/2020/08/18/5912/jumlah-penduduk-menurut-desa-kelurahan-dan-kelompok-umur-2019>
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.21-26>.
- Firda, Z., Tamaja, P. M. P., Agustin, N. I., Saputro, T., & Sumartik. (2022). Implementasi Inovasi Branding Batik Celup Dan Jamu Sebagai Produk Unggulan Umkm Desa Kenongo. 3(1), 252–258.
- Nugraheny, D., Pujiastuti, A., Sudaryanto, S., Wintolo, H., Agustian, H., Aryanto, S., Indrianingsih, Y., & Honggowibowo, A. S. (2022). Pendampingan dan pelatihan cara pengambilan foto produk UMKM untuk pemasaran di media sosial. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 23–30. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1017>

- Nurchaya, E. D., Prameswari, C. R., & Munir, M. S. (2022). Pelatihan Foto Produk Umkm Kabupaten Pacitan Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Promosi Di Media Sosial. *Adimas: Jurnal*, 2019, 79–86.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumah. *Jibeka*, 11(2), 46–53. <https://media.neliti.com/media/publications/publications/262638-pengaruh-sistem-pemasaran-digital-market-d97b4aea.pdf>
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(2), 205–211. <https://doi.org/10.52250/p3m.v2i2.74>
- Saptiyono, A., Watie, E. D. S., & Febriana, K. A. (2021). Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari Tematik, 3(1), 2775–3360. <https://journals.usm.ac.id/index.php/tematik/article/view/3033>
- Servanda, I. R. S., Reno Kemala Sari, P., & Ananda, N. A. (2019). Peran Ulasan Produk Dan Fot Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 69–79. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.526>
- Setiadi, T. (2017). *Dasar Fotografi: Cara Cepat Memahami Fotografi*. Andi.
- Setiawan, K. (2020). 89 Persen Konsumen Disebut Belanja Karena Pengaruh Konten Medsos. *Bisnis Tempo*. <https://bisnis.tempo.co/read/1404306/89-persen-konsumen-disebut-belanja-karena-pengaruh-konten-medsos>
- Sudaryanto, ., Sajati, H., Kusumaningrum, A., Nugraheny, D., Aryanto, S., & Wintolo, H. (2019). Pendampingan Pemasaran Produk Menggunakan Instagram Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kecamatan Pathuk Gunung Kidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 61–68. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.524>