

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN KONTEN DAN FOTO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN HASIL HIDROPONIK DI PONDOK PESANTREN MIFTAHUL FALAH

Nina Nursetia Ningrum¹, Angelia Lionardi², Irfan Dwi Rahadiano³, Mario⁴, Mohamad Tohir⁵, Riksa Belasunda⁶, Rd. Rohmat Saedudin⁷, Ahmad Almaarif⁸, dan Adityas⁹

¹ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

² Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

*E-mail: ninanningrum@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pondok Pesantren Miftahul Falah merupakan pondok pesantren yang berlokasi di Jl. Gedebage Selatan No.115, Kel.Derwati Kec.Rancasari, Bandung, Jawa Barat, menjadi sebuah lembaga resmi yang bernama Yayasan Pendidikan Islam Miftahul Falah. Dalam pengembangannya hingga saat ini, YPI Miftahul Falah telah mendirikan Pondok Pesantren Putra Putri, Majelis Ta'lim, Madrasah Diniyah, Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah. Pengabdian masyarakat saat ini adalah seri ketiga di Pondok Pesantren Miftahul Falah. Pengabdian masyarakat seri pertama, tim PKM Telkom University telah melakukan kegiatan dengan tema SDGs Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, dimana tim PKM merancang paket bertanam hidroponik di Pesantren Miftahul Falah. Pada pengabdian masyarakat kedua, tim PKM merancang website dan melakukan rebranding pada kemasan produk guna mempromosikan hasil pertanian hidroponik yang dihasilkan sehingga lebih menarik bagi khalayak untuk membeli. Perancangan tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat mitra yang dapat membantu meningkatkan pendapatan ekonomi diluar wawasan di lingkungan pesantren. Berdasarkan survei dan wawancara yang dilakukan kepada pengurus, solusi yang paling baik adalah dengan memasarkan hasil tanaman hidroponik dari program pengabdian masyarakat sebelumnya menggunakan media sosial media. Berdasarkan permasalahan di atas, setidaknya ada 2 kegiatan sebagai solusi yang ditawarkan dalam bentuk pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan periode 2- 2022 ini yaitu pengembangan dan pembuatan konten sosial media produk hidroponik pesantren dan pelatihan produksi foto produk untuk hidroponik pesantren. Setelah kedua kegiatan tersebut terealisasi, akan dilakukan evaluasi dan pelaporan untuk mengukur keberhasilan dan tepat sasaran guna kegiatan abdimas ini.

Kata Kunci: *foto produk, hidroponik, konten, pondok pesantren*

1. Pendahuluan

Pengabdian masyarakat merupakan kegiatan yang dilakukan untuk melayani masyarakat yang memerlukan. Tim pengabdian masyarakat saat ini merupakan kolaborasi antara Fakultas Rekayasa Industri (FRI) dan Fakultas Industri Kreatif (FIK) Universitas Telkom. Kegiatan ini adalah kegiatan pengabdian masyarakat seri ketiga dari rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat di Pondok Pesantren Mifathul Falah.

Pada awalnya tim pengabdian masyarakat kolaborasi dari FIK dan FRI di Universitas Telkom melakukan pelatihan bertanam hidroponik untuk memulihkan perekonomian pesantren dan memberikan ketahanan pangan di Pondok Pesantren Mifathul Falah. Hal ini sangat mendesak dikarenakan berkurangnya jumlah santri yang mondok akibat dari fenomena Covid-19. Melalui kegiatan pembuatan hidroponik tim pengabdian masyarakat Universitas Telkom yang telah dilakukan sebelumnya, kendala ekonomi ini dapat sedikit terselesaikan (Almaarif dkk, 2022).

Pada abdimas kedua, tim kami akan berfokus pada strategi pemasaran produk. Produk yang dipasarkan tidak hanya produk hidroponik, namun juga brand Pondok Pesantren itu sendiri. Strategi pemasaran ini dilakukan melalui website. Website ini dapat digunakan untuk memasarkan hasil panen hidroponik secara online sehingga target konsumennya tidak terbatas di daerah sekitar pondok pesantren saja.

Setelah dilakukan proses evaluasi selama kurang lebih 3 bulan, strategi menggunakan website ini dinilai lebih mampu memasarkan brand Pondok Pesantren sehingga menarik hati orangtua santri agar menitipkan anaknya kepada pondok daripada melakukan fungsi dasarnya yaitu memasarkan produk hidroponiknya sendiri. Pemasaran produk hidroponik tidak mengalami kenaikan yang signifikan.

Dari permasalahan tersebut, tim abdimas ingin mencoba strategi pemasaran baru yaitu memasarkan produk melalui sosial media. Hal ini diharapkan mampu menjaring konsumen baru karena media sosial sudah digandrungi dan dekat

dengan calon konsumen. Strategi pemasaran ini difokuskan kepada 2 hal yaitu foto produk dan pembuatan caption/ *copywriting*. Untuk media sosial yang digunakan adalah instagram.

Setelah melakukan perbincangan awal dengan pengurus dari pondok pesantren, diketahui bahwa mereka sudah mampu mengoperasikan instagram dengan baik. Namun kemampuan mereka untuk membuat foto produk dan *caption* belum baik sehingga kurang bisa menarik calon konsumen untuk membeli produk mereka.

Berikut adalah hasil tangkapan layar foto produk yang dibuat oleh pengurus instagram produk hidroponik dari Pondok Pesantren Miftahul Falah.



Gambar 1. Hasil foto produk di instagram produk hidroponik Pondok Pesantren Miftahul Falah.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang ketiga ini akan berfokus ke pelatihan melakukan foto produk menggunakan ponsel dan pelatihan menulis *caption/ copywriting* untuk konten/ *feed* instagram untuk menarik calon konsumen baru.

2. Metodologi

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pada bulan Agustus 2022 hingga – Februari 2023 dan berlokasi di Universitas Telkom dan Jl. Gedebage Selatan No. 115, Kel. Derwati Kec. Rancasari. Ada dua kegiatan inti Abdimas kolaborasi internal yang akan dilaksanakan pada periode ke-2 2022 ini, yaitu berupa:

1. Pelatihan foto produk hasil hidroponik di Pondok Pesantren Miftahul Falah
2. Pelatihan penulisan *copywriting* konten instagram untuk meningkatkan penjualan produk hidroponik di Pondok Pesantren Miftahul Falah

Adapun tahapan pelaksanaan program ini dapat dibagi menjadi lima tahap

1. Tahap persiapan, dilakukan melalui wawancara dengan pihak pesantren untuk mengidentifikasi permasalahan
2. Tahap perancangan dan penyusunan program. Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra, dirumuskan rancangan program untuk membantu mengatasi permasalahan mitra
3. Tahap pelaksanaan, pencarian referensi baik foto dan caption yang menarik dalam strategi pemasaran produk. Referensi itu

kemudian disatukan dalam beberapa dokumen materi. Setelah itu materi tersebut dikemas dalam bentuk pelatihan. Pelatihan dilakukan dalam dua sesi. Sesi pertama adalah proses transfer ilmu pengetahuan mengenai cara melakukan foto produk dan menulis *caption* yang menarik. Sesi kedua adalah sesi *workshop* dimana para peserta melakukan praktik atas ilmu yang barusan disampaikan.

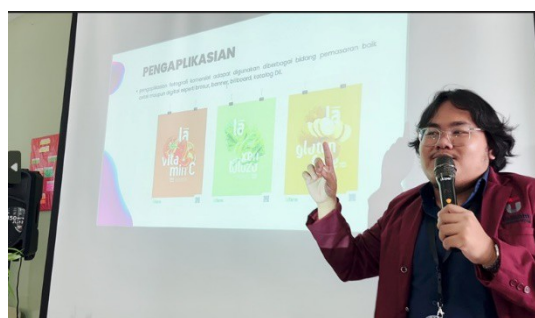
4. Tahap evaluasi, dilaksanakan untuk melihat umpan balik dari peserta serta melihat *traffic* kenaikan *margin* (omset) dari penjualan produk hidroponik.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan rangkaian pelatihan dalam pengabdian masyarakat ini diselenggarakan pada Bulan November 2022. Kegiatan ini dimulai dari identifikasi kebutuhan mitra, perumusan solusi atas kebutuhan, perancangan kegiatan, persiapan dan tahap pelaksanaan.

Pada bulan September-Oktober 2022, tim pengabdian masyarakat mempersiapkan materi untuk pelatihan foto produk dan penulisan *caption* instagram untuk produk hidroponik Pondok Pesantren Miftahul Falah.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan selama 1 hari di tanggal 23 November 2022. Peserta kegiatan ini terdiri dari para guru dan santri Pesantren Miftahul Falah. Sekitar 20 orang peserta hadir dalam pelatihan ini. Sesi pertama dalam pelatihan ini adalah pemberian materi mengenai foto produk dan penulisan *caption*. Pada materi foto produk, peserta diajarkan untuk mengenal apa saja perlengkapan yang dibutuhkan dan bagaimana *angle* (sudut kamera) yang menarik dalam foto produk.



Gambar 2. Materi pelatihan tentang foto produk

Pada materi kedua, peserta mengenal apa manfaat dari penulisan *caption/ copywriting* yang baik dalam meningkatkan penjualan produk serta bagaimana cara menulis *caption* yang menarik khususnya untuk media sosial instagram.

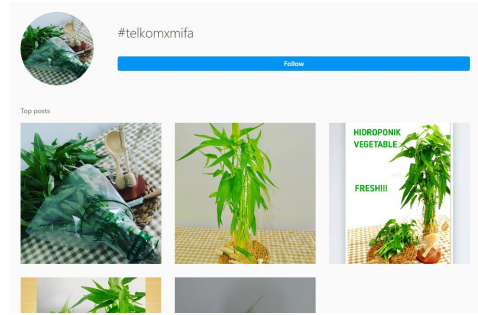


Gambar 3. Materi pelatihan tentang penulisan *caption/ copywriting* di instagram

Setelah transfer ilmu dilakukan, dilakukan sesi praktik yaitu pengaplikasian materi yang barusan diberikan. Tim abdimas memberikan beberapa bahan dan perlengkapan yang diperlukan dalam melakukan foto produk. Kemudian peserta diminta membuat kelompok berisi 2 orang. Tiap kelompok memilih satu anggota sebagai fotografer dan satu orang lain untuk membuat *caption*. Kamera yang digunakan adalah ponsel masing-masing peserta. Setelah konten dibuat, konten tersebut wajib diunggah ke instagram menggunakan hashtag #mifaxtelkom. Hasil konten yang telah diunggah akan diberikan komentar dan dipilih 3 konten terbaik dan diberikan hadiah.



Gambar 4. Suasana lomba pembuatan konten menggunakan alat dan bahan yang disediakan



Gambar 5. Hasil konten buatan peserta



Gambar 6. Pembagian hadiah pembuatan konten terbaik

Sebagai penutup kegiatan ini dilakukan survei terhadap peserta kegiatan sebagai penerima manfaat kegiatan abdimas. Dari survei yang dilakukan didapatkan kesimpulan seluruh peserta kegiatan mendapatkan manfaat dari kegiatan ini.



Gambar 7. Foto tim abdimas dari Universitas Telkom

4. Kesimpulan

Dari hasil kegiatan masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa pemasaran digital melalui media sosial merupakan solusi yang baik dan diperlukan oleh masyarakat sasar dalam hal ini Pesantren Miftahul Falah. Para peserta dari pondok pesantren terlihat sangat antusias dalam menerima masukan dan melakukan praktik baik foto produk dan menulis *caption* untuk memasarkan produk melalui instagram. Hasil dari fotografi dan copywriting sudah digunakan di website Mifa Farm, berikut adalah hasil; dari fotografi dan copywriting kegiatan abdimas yang sudah dilakukan



Gambar 8. Hasil Foto produk dan Copywriting

Kegiatan ini menjadi masukan positif dan diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk

hidroponik. Akan dilakukan evaluasi selama bulan Desember-Januari 2023 untuk melihat perubahan pada jumlah omset dari sebelum diadakan pelatihan dan setelah diadakan pelatihan.

5. Referensi

- Almaarif, A., Belasunda, R., Rahadiano, I. D., Tohir, M., Saedudin, R. R., Lionardi, A., & Ningrum, N. N. (2022). Hidroponik Sebagai Strategi Penguatan Masyarakat Ekonomi Digital di Pesantren Miftahul Falah Bandung. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 27-33.
- Kreativv_id. (2022). Rahasia Bikin Caption yang Ga Banyak Orang Tau. Diakses di laman <https://www.instagram.com/p/CgJLppHBsKm/?hl=en> pada 12 Oktober 2022.
- Tolib, A. (2015). Pendidikan di pondok pesantren modern. *Risalah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 60-66.