

WORKSHOP *BASIC PRODUCT PHOTOGRAPHY* BAGI UMKM KULINER DAN KERAJINAN BINAAN BUMDES BUAH BATU

Litasari Widyastuti Suwarsono¹, Fida Nirmala Nugraha¹, dan Atya Nur Aisha^{1*}

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

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

Abstrak

Aspek pemasaran merupakan salah satu kendala yang dihadapi para pelaku UMKM bidang kuliner dan kerajinan dalam menjalankan bisnisnya. Pada era digital, kemudahan untuk perluasan akses pasar dapat dicapai melalui keberadaan platform *e-commerce* maupun media sosial. Salah satu langkah yang perlu dilakukan untuk menarik minat pembelian produk, khususnya berkaitan dengan makanan maupun kerajinan, pada media sosial maupun *e-commerce* adalah melalui tampilan foto produk. Iklan pada media sosial yang menampilkan foto produk yang menarik dapat meningkatkan keinginan pelanggan untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan mengenai teknik dalam '*Basic Product Photography*' bagi para pelaku atau calon pelaku UMKM, khususnya bidang kuliner dan kerajinan, di lingkungan BUMDes Buah Batu dan sekitarnya. Kegiatan pelatihan dilakukan secara virtual (*synchronous*) melalui media Zoom yang dihadiri oleh 17 pelaku UMKM binaan BUMDes Buah Batu. Peserta memiliki partisipasi aktif dalam mengeksplor dan memberikan pertanyaan mengenai tips dan trik untuk menghasilkan foto yang menarik. Berdasarkan *feedback* yang diberikan dari peserta pelatihan, 100% peserta memberikan respon yang positif mengenai konten kegiatan pengabdian masyarakat sudah sesuai dengan kebutuhan dari peserta kegiatan. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu peningkatan kemampuan bagi pelaku UMKM bidang kuliner maupun kerajinan agar dapat mendorong kapabilitas pemasaran produknya masing-masing.

Kata Kunci: UMKM, *basic product photography*, kuliner, kerajinan

1. Pendahuluan

Keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada suatu wilayah berkontribusi terhadap pengembangan perekonomian pada wilayah tersebut, termasuk melalui penyerapan tenaga kerja. Banyak pihak berperan aktif untuk mengambil peran dalam pengembangan kemampuan UMKM, salah satunya pada level pemerintahan desa yang melakukan pembinaan UMKM melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). BUMDes memiliki tujuan pendirian untuk membantu perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desa (Fourqoniah dkk., 2021). Keberadaan BUMDes dapat membantu memperkuat peranan dari UMKM dan menggali potensi di daerahnya (Nugroho, 2018).

BUMDes Buah Batu didirikan pada tahun 2019, di wilayah Desa Buah Batu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Tujuan pendirian BUMDes ini diharapkan dapat memperkuat potensi daerah yang ada di desa tersebut, melalui penyediaan peluang usaha serta akses pasar bagi pelaku usaha. BUMDes Buah Batu saat ini memiliki sekitar 20 UMKM binaan dengan produk yang dihasilkan cukup beragam, namun mayoritas bidang produk berkaitan dengan kuliner dan kerajinan. Dalam membantu memasarkan produk UMKM binaannya, BUMDes menyediakan platform media sosial pada instagram (@bumdesbuahbatuofficial), website resmi

BUMDes (bumdesbuahbatu.com), serta akun *marketplace* via Tokopedia dan Shopee.

Situasi pandemi yang terjadi pada tahun 2020-2021 yang berdampak pada pembatasan kegiatan secara besar, mengubah pola pemasaran dan penjualan awal pada sebagian besar UMKM. Produk UMKM banyak dipasarkan melalui *marketplace* dan pemanfaatan media sosial serta internet lebih banyak dimanfaatkan untuk menarik minat pembeli produk (Muliati dkk., 2022). Tren pemanfaatan *platform* digital melalui *e-commerce*, *website*, serta *marketplace* diharapkan dapat terus ditingkatkan hingga mencapai jumlah UMKM digital sebanyak 30 juta pada tahun 2024 (Musdalifah dkk., 2022).

Mengacu pada hasil penelitian Suwarsono dkk. (2018), salah satu proses bisnis yang paling penting pada UMKM berkaitan dengan proses bisnis pemasaran dan penjualan produk. Kemampuan dalam mengelola aspek bisnis seperti pemahaman mengenai lingkup pasar, menganalisis tren ekonomi, menghasilkan inovasi produk menjadi komponen yang perlu dimiliki oleh pengusaha UMKM bidang ekonomi kreatif (Aisha dkk., 2019). Berkaitan dengan hal tersebut, maka penting untuk dilakukan pengembangan terhadap kemampuan dari pelaku UMKM yang berkaitan dengan aspek pemasaran, terutama berkaitan dengan kemampuan menyusun strategi pemasaran.

UMKM perlu menyusun strategi pemasaran digital yang tepat dalam mendukung promosi produk pada media digital. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan media fotografi produk dalam promosi (Musdalifah dkk., 2022). Foto produk merupakan salah satu media promosi visual yang dapat membantu calon konsumen untuk mengenali bentuk dan rupa produk yang ditawarkan. Untuk dapat memberikan tampilan visual yang menarik dan memiliki nilai branding serta komersial yang tepat, diperlukan kemampuan untuk mengambil foto dan melakukan *editing* foto dengan tepat (Fuadillah, dkk., 2021). Kemampuan pelaku UMKM dalam menampilkan foto produk dalam media sosial mempengaruhi minat beli konsumen (Ferdiansyah dan Said, 2022). Keputusan dalam membeli produk menurun 89% calon konsumen dipengaruhi oleh konten dan foto produk (Musdalifah dkk., 2022).

BUMDes Buah Batu saat ini memiliki peran untuk membantu UMKM binaan dalam menyusun rencana pemasaran digital yang sesuai, salah satunya melalui tampilan foto produk yang menarik. Namun, kegiatan pemberian jasa fotografi tersebut memiliki keterbatasan dari sisi sumber daya. Oleh karena itu, diperlukan pula kemampuan mandiri UMKM untuk dapat mempelajari dan menerapkan teknik pengambilan foto produk.

Jasa fotografi produk seringkali memerlukan biaya yang tinggi, sementara pelaku UMKM memiliki keterbatasan dari sisi keuangan. Seiring dengan kecanggihan teknologi, saat ini pengambilan foto produk yang menarik dapat dilakukan dengan menggunakan *smartphone* (Supriyati dan Iqbal, 2022). Kelengkapan fitur kamera dan ketersediaan berbagai aplikasi *editing* foto dalam pemanfaatan *smartphone* juga membantu menghasilkan foto produk dan *visual branding* secara lebih baik. Optimalisasi fitur dan aplikasi dalam *smartphone* untuk menghasilkan foto produk yang menarik, perlu ditunjang dengan pengetahuan dan keterampilan terkait aplikasi dalam kamera, konsep desain tampilan, pengaturan pencahayaan, komposisi serta latar foto (Setyowati dan Rohmah, 2022). Oleh karena itu, diperlukan adanya pengenalan konsep dasar mengenai teknik fotografi produk.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk memberikan materi dan pengetahuan mengenai dasar fotografi produk (*basic product photography*). Pengetahuan akan teknik fotografi produk akan diberikan melalui pelatihan secara daring secara *synchronous*, serta tutorial belajar yang dapat diakses secara *asynchronous*. Melalui kegiatan ini diharapkan membantu UMKM untuk meningkatkan omset penjualan, serta mendorong digitalisasi pada UMKM tersebut. Selain itu, kegiatan pengabdian

masyarakat ini juga membantu pihak BUMDes Buah Batu dalam penyediaan materi untuk pembinaan UMKM yang dapat diakses secara digital.

2. Metodologi

Kegiatan *workshop* mengenai *basic product photography* secara umum akan dibagi dalam dua sesi kegiatan, yaitu sesi pelatihan *online*, pelaksanaan uji coba praktik, serta pemberian materi *e-learning*. Beberapa tahapan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari tahap pendahuluan, pelaksanaan pelatihan tutorial *online* (*synchronous*), penyiapan materi untuk *e-learning*, serta pengumpulan *feedback* dan evaluasi kegiatan, seperti diperlihatkan pada Gambar 1. Pada tahap pendahuluan dilakukan wawancara dengan pihak BUMDes Buah Batu dan perwakilan UMKM binaan dari BUMDes Buah Batu. Hasil dari wawancara ini diperoleh kondisi profil karakteristik UMKM, kemampuan pemasaran eksisting dari UMKM. Berdasarkan situasi ini maka selanjutnya disusun konten materi yang akan disampaikan, terkait dengan *basic product photography*.



Gambar 1. Tahapan kegiatan

Tahap kedua terkait dengan penyusunan materi pelatihan *basic product photography* yang akan disampaikan. Berdasarkan hasil brainstorming, maka materi pelatihan yang disampaikan terdiri dari pendahuluan (alasan pentingnya *product photography*), konsep *storytelling*, teknik *styling*, teknik *lighting*, serta teknik *composition*. Setelah penyusunan materi, maka dilakukan koordinasi untuk proses registrasi peserta dan pelaksanaan pelatihan yang dilakukan secara *online* dan uji coba pengambilan foto produk.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan pelatihan *online* yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai teknik dan pengetahuan terkait *product photography* secara *synchronous*. Setelah pemberian pelatihan dan tutorial dari ahlinya, peserta diberi kesempatan tanya jawab. Tahap berikutnya adalah peserta diminta melakukan uji coba pengambilan foto. Peserta akan diminta untuk melakukan sejumlah

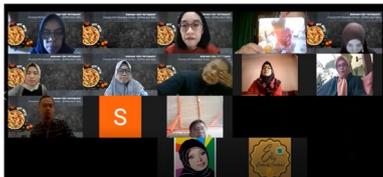
eksperimen melalui perangkat yang dimilikinya dan akan di berikan *feedback* oleh tim. Peserta diharapkan dapat berlatih dan mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh.

Tahap keempat adalah penyusunan materi *e-learning*, yang mencakup konten pelatihan yang, mempersiapkan materi video singkat teknik fotografi, serta mempersiapkan video saat pelatihan *synchronous* yang telah dilakukan terkait konsep *basic product photography*. Materi *e-learning* tersebut akan diunggah pada media belajar BUMDes Buah Batu, sehingga pelaku UMKM maupun calon wirausaha dapat kembali mengulang materi yang telah disampaikan.

Tahap terakhir adalah melakukan pengumpulan *feedback* dari peserta pelatihan serta memberikan evaluasi terhadap keberlangsungan kegiatan pelatihan. Hasil dari *feedback* dan evaluasi ini dapat digunakan menjadi landasan untuk merencanakan program pengabdian masyarakat selanjutnya untuk menyelaraskan kegiatan pendampingan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat telah diselenggarakan secara *online* melalui *platform* Zoom, yang diikuti oleh 17 UMKM binaan BUMDES Buah Batu Kabupaten Bandung. UMKM binaan ini terdiri dari 14 usaha di bidang kuliner dan 3 usaha di bidang kerajinan tangan (perca, akrilik, buket bunga). Gambar 2 menampilkan pelaksanaan kegiatan pelatihan yang diselenggarakan secara *online*.



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat

Pada saat pelatihan, disampaikan materi dasar mengenai teknik pemotretan produk UMKM oleh pihak narasumber. Materi yang disampaikan mencakup konsep *storytelling*, teknik *styling*, teknik *lighting*, serta teknik *composition*. Beberapa materi pelatihan yang disampaikan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sampel materi pelatihan *Basic Product Photography*

Setelah sesi pemaparan materi oleh pihak narasumber, diberikan pula sesi diskusi secara khusus untuk membahas mengenai contoh tampilan produk eksisting yang sudah dihasilkan oleh pelaku UMKM. Pada sesi diskusi para peserta aktif mengajukan pertanyaan mengenai perlengkapan foto yang diperlukan agar menghasilkan foto yang menarik, pemanfaatan aplikasi pada *smartphone*, serta cara pengambilan foto dalam kondisi di rumah. Selanjutnya, dilakukan evaluasi terhadap tampilan produk eksisting yang digunakan pada media sosial UMKM maupun BUMDes Buah Batu. Berdasarkan evaluasi beberapa tampilan foto telah baik, namun masih dapat ditingkatkan dengan memperhatikan konsep komposisi foto serta *storytelling* yang akan disampaikan terkait dengan fitur produk, sehingga dapat menarik minat pembeli pada saat melihat foto tersebut.

Setelah sesi pelatihan *online* selesai dilaksanakan, peserta diminta untuk mempraktikkan dan mengirimkan foto produknya setiap hari selama 1 minggu. Narasumber memberikan masukan dan evaluasi mengenai hasil karya foto peserta. Pada sesi uji coba pengambilan foto produk ini terdapat 10 peserta yang aktif dalam mengirimkan foto produknya, seperti diperlihatkan pada Gambar 4 berikut. Beberapa peserta telah secara aktif menerapkan materi yang disampaikan dengan mempertimbangkan konsep komposisi, *storytelling*, serta pencahayaan pada tampilan foto produk masing-masing.

Ringkasan mengenai pelatihan secara *online* yang telah diselenggarakan terkait *basic product photography* ini telah diunggah pada link berikut: <https://www.youtube.com/watch?v=aCc3FXUW-Ak&t=130s>. Video mengenai pelatihan ini telah diakses oleh sejumlah pengguna.



Gambar 4. Hasil uji coba pengambilan foto dari peserta kegiatan

Pada saat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, terdapat masalah teknis yang ditemui yaitu koneksi internet peserta yang tidak seluruhnya lancar. Dua orang peserta memerlukan waktu lebih dari satu kali untuk bergabung di ruangan *online* akan tetapi secara umum acara dapat berjalan lancar dan tujuan dapat disampaikan dengan baik sesuai rencana awal. Berdasarkan hasil *feedback* yang disampaikan oleh para peserta, seluruhnya menyatakan bahwa kegiatan memberikan manfaat untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Hasil *feedback* dari peserta mengenai kegiatan yang telah diselenggarakan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Dari hasil penyebaran kuesioner *feedback* terlihat bahwa mayoritas responden menjawab "Sangat Setuju" untuk seluruh komponen evaluasi kegiatan. Mengacu pada Tabel 1 dapat terlihat bahwa umpan balik pelaksanaan kegiatan ini bernilai 5 (Sangat Baik), dan memperoleh respon yang positif dari para peserta kegiatan. Pihak BUMDes Buah Batu sebagai mitra maupun para pelaku UMKM sebagai peserta kegiatan merasa bahwa kegiatan bermanfaat ini selanjutnya dapat

5. Referensi

- Aisha, A. N., Sudirman, I., Siswanto, J., Andriani, M. A competency model for SMEs in the creative economy. *International Journal of Business*, 2019, 24(4), 369-392.
- Ferdiansyah, H., and Said, S. Peningkatan Kapasitas Pengurus BUMDes dalam Melakukan Product Photography. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 2022, 6(5).
- Fuadillah, S., Amalia, A. A., Nur, K. W. Pelatihan food photography bagi kelompok UKM kuliner Kecamatan Rappocini Kota Makassar.

terlu dijalankan dengan berbagai rangkaian materi lainnya, sehingga membantu dalam peningkatan kemampuan dan pengetahuan bagi pelaku UMKM.

Tabel 1. Rekapitulasi *feedback* pelaksanaan kegiatan

Penilaian terhadap kegiatan	Jumlah masing-masing Faktor yang dipertimbangkan			
	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Setuju	Sangat setuju
1. Kegiatan ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri.			5	12
2. Kegiatan ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasarnya.			4	13
3. Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif telah mencukupi sesuai kebutuhan.			8	9
4. Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan.			4	13
5. Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan kegiatan Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang.			3	14
Jumlah	0	0	24	61
% (Jumlah masing-masing : total)	0%	0%	28%	72%
Jumlah % setuju + sangat setuju	100%			
Skor feedback	5 (Sangat Baik)			

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk pemberian materi dan pengetahuan mengenai dasar fotografi produk (*basic product photography*), telah berhasil diselenggarakan dengan adanya *transfer knowledge* dari pihak narasumber kepada pelaku UMKM binaan BUMDes Buah Batu. Berdasarkan hasil evaluasi terhadap proses uji coba pengambilan foto produk oleh para peserta, dapat terlihat adanya peningkatan kualitas hasil foto produk yang ditampilkan. Para peserta kegiatan, dapat menghasilkan tampilan visual produk yang menarik minat konsumen terhadap produk tersebut. Berdasarkan *feedback* yang diberikan dari peserta pelatihan, 100% peserta memberikan respon yang positif mengenai konten kegiatan pengabdian masyarakat sudah sesuai dengan kebutuhan dari peserta kegiatan. Pihak BUMDes Buah Batu maupun UMKM binaan berharap kegiatan ini dapat terselenggara secara berkelanjutan untuk berbagai topik lainnya yang dapat membantu pengembangan kemampuan dalam pengelolaan usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu peningkatan kemampuan bagi pelaku UMKM bidang kuliner maupun kerajinan agar dapat mendorong kapabilitas pemasaran produknya masing-masing.

KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 2021, 4(2), 151.

- Fourqoniah, F., Hetami, A. A., Hera, H., Handayani, T., Syafitri, S. Optimalisasi Usaha Bumdes Mulya Bersama Melalui Peningkatan Kualitas Produk UMKM Desa Mulawarman. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 2021, 3(1), 79-87.
- Muliati, R., Herawati, D., Minawati, R., Emas, C. A. P. Workshop Foto Produk untuk Pengembangan UKM di Kota Padangpanjang. *Jurnal Pengabdian Seni*, 2022, 3(1), 56-65.
- Musdalifah, F. S., Murti, K., Rahmawati, A., Aryansah, J. E., Yogsunandar, H. Product photography assistance for micro, small, and medium enterprises

- in Banyuasin, South Sumatra. *Community Empowerment*, 2022, 7(10), 1740-1749. Nugroho, M. R. Penerapan Pola Sinergitas Antara BUMDes dan UMKM Dalam Menggerakkan Potensi Desa Di Kecamatan Saptosari. *Prosiding Sembadha*, 2018, 1, 28-37.
- Supriyati, E., and Iqbal, M. Pelatihan Fotografi Makanan menggunakan *Smart Phone* untuk Meningkatkan Nilai Produk di Catering Syakila Kabupaten Kudus. *Abdi Masya*, 2022, 2(1), 27-32.
- Suwarsono, L., Aisha, A., Nugraha, F. Business Process and Organizational Characteristics on SMEs (Case Study: A Digital SME's Community in Bandung). In 5th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries 2018, 2019, 293-300).
- Setyowati, R., and Rohmah, A. N. Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2022, 1(3), 75-82.