

PENGENALAN TEKNIK FOTO PRODUK DAN EDITING FOTO SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI MUTIARA CRAFT BEKASI

Nadya Safitri^{1*}, Ari Nurul Alfian², Rika Apriani³

^{1*}Rekayasa Perangkat Lunak/Universitas Bina Insani, ^{2,3}Manajemen Informatika/Universitas Bina Insani

^{1*}nadyasafitri@binainsani.ac.id, ²arin@binainsani.ac.id, ³rikaapriani@binainsani.ac.id

*Corresponding author

E-mail: nadyasafitri@binainsani.ac.id (Nadya Safitri)

Article History:

Received: 28 Februari 2024

Revised: 23 Juni 2024

Accepted: 30 Juni 2024

Abstract: Pemanfaatan digital marketing dan ecommerce menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan produk. Hal ini menjadi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu Mutiara Craft. Belum terampil dan pemahaman yang tidak terlalu dalam mengenai proses pemanfaatan digital marketing menjadi sebuah kendala yang dihadapi. Pelatihan mengenai Teknik foto dan editing foto ini merupakan salah satu upaya yang bisa dilakukan oleh perguruan tinggi sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat khususnya dalam membantu meningkatkan dan mengembangkan UMKM yang sudah ada dimasyarakat. Kegiatan pengabdian ini akan dimulai dengan mengetahui proses pembuatan produk serta akan ada pemaparan terkait teori. Dengan mengetahui bagaimana mengemas produk yang dimiliki kedalam tampilan gambar yang baik serta menyebarkannya melalui media digital diharapkan dapat membantu UMKM melebarkan sayap bukan hanya dilingkungan local saja namun bisa masuk ke Nasional bahkan Internasional.

Keywords:

Digital Konten, Editing Foto, Teknik Foto, UMKM.

Pendahuluan

Kesejahteraan masyarakat merupakan kondisi masyarakat yang memiliki kualitas hidup baik yang meliputi kecukupan kebutuhan pokok seperti sandang, pangan dan papan (Aliyah, 2022). Berbagai upaya dilakukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan tersebut salah satu upaya yang dilakukan adalah melakukan usaha di bidang ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan dibidang ekonomi yang dijalankan oleh masyarakat di berbagai wilayah Indonesia sebagai sumber pendapatan (Kabupaten et al., 2018). Namun di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, pelaku UMKM harus dapat bertahan belum lagi kondisi pasca Pandemi selama tahun 2020 – 2022 yang membawa dampak bagi para pelaku usaha (Hernikawati et al., n.d.).



Salah satu UMKN yang bertahan adalah Mutiara Craft, salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang fasion dengan menggunakan Teknik pewarnaan ecoprint. Dimana Teknik pewarnaan ecoprint iini merupakan suatu proses untuk memindahkan warna dan bentuk ke kein dengan memanfaatkan bahan bahan dari tumbuhan seperti bunga, daun, kulit bawang, dan lainnya (Hikmah & Retnasari, 2021)

Salah satu upaya yang dilakukan Mutiara Craft dalam menghadapi tantangan adalah dengan melakukan pemasaran melalui media digital yaitu dengan memaksimalkan penggunaan konten digital dalam strategi pemasarannya. Meskipun produk yang ditawarkan memiliki kualitas dan nilai estetika yang(Syari Harahap et al., 2021)tinggi, kurangnya keahlian dalam teknik foto produk dan editing foto menjadi penghambat utama dalam mempromosikan produk mereka secara efektif di ranah digital.(Syari Harahap et al., 2021)

Berdasarkan penelitian sebelumnya terkait dengan hubungan digital marketing dengan pengembangan UMKM dinyatakan bahwa penggunaan gidital marketing memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan UMKM khusus nya untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. Sehingga perlu ada nya pengetahuan dan pengarahan mengenai pemanfaatan digitalisasi sehingga pemasaran dapat dilakukan secara efektif dan efesien (Cecillia & Kuswoyo Chandra, 2023).

Mengidentifikasi kebutuhan tersebut, inisiatif pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan teknik foto produk dan editing foto dirancang khusus untuk memberdayakan Mutiara Craft. Pelatihan ini diharapkan dapat membuka wawasan dan meningkatkan kemampuan tim Mutiara Craft dalam menghasilkan konten visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tapi juga mampu berkomunikasi secara efektif dengan target pasarnya. Dengan demikian, setiap produk yang mereka tawarkan dapat terpresentasikan secara lebih menawan dan profesional di berbagai platform digital.

Pelatihan ini meliputi beberapa aspek krusial, mulai dari pemahaman dasar tentang prinsip fotografi, pemilihan peralatan yang tepat, teknik pencahayaan, hingga komposisi gambar yang efektif untuk produk. Selain itu, peserta juga akan dibekali dengan pengetahuan tentang editing foto, termasuk penggunaan software editing yang sesuai untuk meningkatkan kualitas visual produk mereka. Melalui pendekatan hands-on dan sesi praktik langsung, pelatihan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tapi juga menstimulasi kreativitas peserta dalam memvisualisasikan produk secara unik.

Dalam prosesnya, pelatihan ini juga bertujuan untuk menginspirasi Mutiara Craft dalam memanfaatkan berbagai fitur yang ditawarkan oleh platform digital dan marketplace. Dengan memahami alur kerja dan fitur promosi yang ada, Mutiara Craft dapat lebih strategis dalam menempatkan produknya, sehingga mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan engagement. Dengan demikian, pelatihan ini

tidak hanya sekedar meningkatkan kualitas visual konten, tapi juga memperluas pemahaman tentang dinamika pemasaran digital.

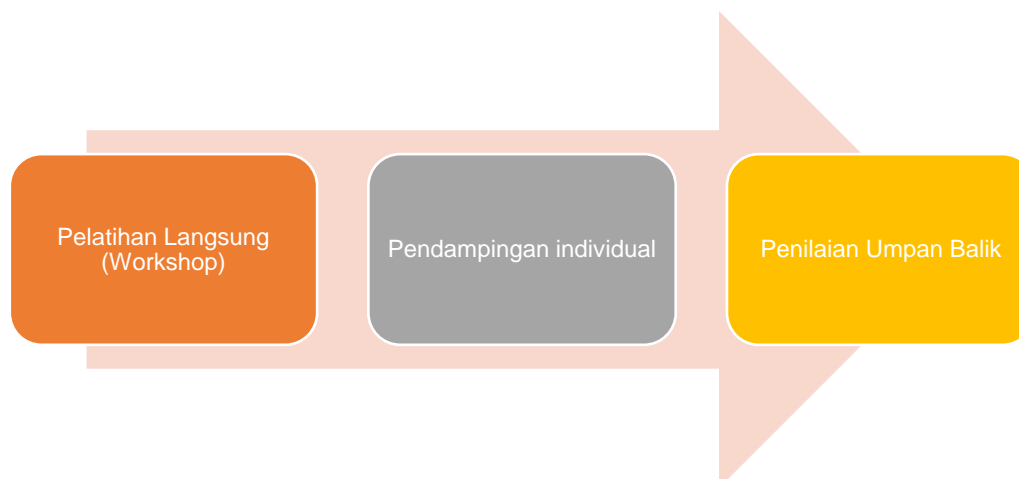
Pelatihan ini juga memberikan ruang bagi Mutiara Craft untuk berkolaborasi dan berbagi pengalaman dengan UMKM lain serta para praktisi di bidang fotografi dan digital marketing. Melalui diskusi dan sharing session, diharapkan dapat tercipta sinergi yang memperkaya wawasan serta membuka peluang kerjasama yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis Mutiara Craft di masa yang akan datang.

Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat direplikasi oleh UMKM lain di Kota Bekasi dan daerah lainnya. Dengan mengedepankan peningkatan kemampuan dalam aspek teknik foto produk dan editing, serta pemahaman tentang pemasaran digital, UMKM dapat lebih berdaya dan kompetitif. Dengan demikian, pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek dalam bentuk peningkatan kualitas konten digital, tapi juga berkontribusi pada penguatan ekosistem UMKM secara keseluruhan, menuju pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Metode

Pengabdian kepada masyarakat dilakukan kepada pelaku UMKM yang ada di Kota Bekasi yaitu Mutiara Craft. Tempat pelaksanaan dilakukan di rumah produksi yang beralamat di Jalan Harvard Blok B No.9, Jaladapura, Kelurahan Jatimulya Bekasi Timur. Sebelum kegiatan PkM berlangsung pemilik Mutiara Craft akan mendampingi dan menjelaskan proses pembuatan produk. Hal ini dilakukan agar pemateri mengetahui produk yang akan menjadi objek pemotretan. Selanjutnya dilakukan proses PkM dengan kegiatan sebagai berikut,

Gambar 1. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat pada Mutiara Craft





Pelatihan Langsung (Workshop): Metode ini melibatkan penyelenggaraan workshop fisik atau daring di mana para pelaku UMKM dapat menghadiri sesi pelatihan secara langsung. Dalam workshop ini, mereka dapat belajar mengenai teknik pengambilan foto produk yang baik, pencahayaan yang efektif, pengaturan kamera atau peralatan fotografi yang tersedia, serta dasar-dasar editing foto. Workshop ini dapat dipandu oleh dosen atau mahasiswa dari perguruan tinggi yang memiliki pengetahuan dalam fotografi dan editing.

Pendampingan Individual: Pendampingan langsung oleh mahasiswa atau dosen kepada pelaku UMKM bisa menjadi metode yang sangat efektif. Ini memungkinkan pelaku UMKM untuk mendapatkan panduan dan umpan balik yang lebih personal tentang pengambilan foto produk dan editing. Pendampingan ini dapat berlangsung secara berkala selama periode tertentu, di mana mahasiswa atau dosen akan berinteraksi langsung dengan UMKM untuk membantu mereka meningkatkan keterampilan fotografi dan editing.

Penilaian dan Umpan Balik: Metode ini melibatkan evaluasi terhadap kemajuan yang dicapai oleh pelaku UMKM dalam mengambil foto produk dan editing. Untuk melakukan penilaian dan mendapatkan umpan balik dari peserta maka Teknik yang dilakukan adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang disebarakan berisikan 8 pertanyaan yang berisi mengenai pemahaman peserta terhadap materi, respon peserta terhadap materi, hubungan materi dengan kebutuhan peserta, penyajian pemateri dan Teknik penyampaian, waktu yang dipergunakan dalam materi, kejelasan materi, minat masyarakat terhadap kegiatan dan kepuasan peserta secara keseluruhan. Adapun alat ukur yang digunakan yaitu skala likert. Skala likert merupakan alat untuk mengukur sifat-sifat individu dengan menggunakan skor total dari butir pertanyaan (Budiaji et al., 2013).

Hasil Kegiatan

Pelatihan ini diikuti oleh 35 (tiga puluh lima) peserta yang berasal dari pengrajin UMKM ecoprint di Mutiara Craft dengan harapan setelah selesai mengikuti pelatihan ini seluruh peserta dapat memahami Teknik foto dan editing foto sebagai media promosi. Kegiatan pelatihan ini dimulai dengan mengetahui proses pembuatan ecoprint dengan membuat produk

Gambar 2 Proses Pembuatan Produk Ecoprint



Setelah kegiatan pembuatan produk dilakukan proses selanjutnya adalah melakukan pemaparan mengenai Teknik pengambilan foto dan editing foto yang nantinya dilakukan terhadap produk yang telah jadi.

Gambar 3 Proses Pemaparan Materi



Pemaparan dilakukan oleh seorang pemateri serta tim teknis yang akan memandu proses pelatihan. Wujud dari target pencapaian kegiatan PkM dapat dilihat melalui jumlah peserta dan respon dari peserta setelah mengikuti kegiatan PkM yang diberikan melalui form secara fisik yang hasil evaluasinya dihitung dengan menggunakan excel.

Diskusi

Adapun hasil dari umpan balik yang disebarakan untuk masing masing pertanyaan sebagai berikut,

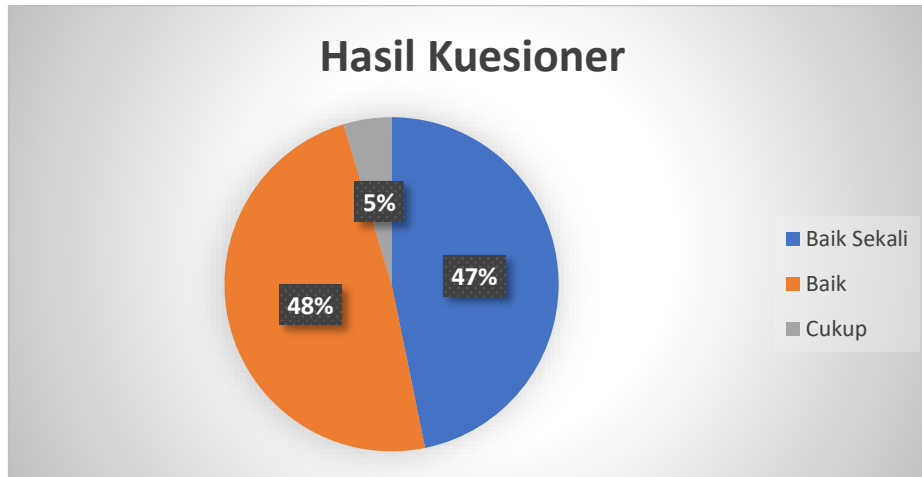
Tabel 1 Hasil Kuesioner

No	Pertanyaan	Hasil
1	Materi yang disampaikan oleh narasumber	Baik Sekali : 13 Baik : 18 Cukup : 4
2	Respon peserta pelatihan terhadap materi yang disampaikan	Baik Sekali : 14 Baik : 19 Cukup : 2
3	Hubungan materi yang disajikan dengan kebutuhan peserta pelatihan	Baik Sekali : 17 Baik : 17 Cukup : 1
4	Pemateri dan Teknik penyajian	Baik Sekali : 17 Baik : 17 Cukup : 1
5	Waktu yang dipergunakan dalam pemberian materi	Baik Sekali : 16 Baik : 14 Cukup : 5
6	Kejelasan materi yang disampaikan	Baik Sekali : 16 Baik : 19
7	Minat peserta pelatihan terhadap kegiatan	Baik Sekali : 18 Baik : 17
8	Tingkat kepuasan terhadap kegiatan secara keseluruhan	Baik Sekali : 20 Baik : 15

Sumber : Hasil Kuesioner (2023)

Berdasarkan hasil kuesioner dimana secara keseluruhan, peserta yang menyatakan baik sekali sebanyak 46,78%. Peserta yang menyatakan baik sebanyak 48,57% serta peserta yang menyatakan 4,64%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam pelatihan kali ini berhasil membuat peserta paham dan puas dengan materi yang diberikan.

Gambar 4 Hasil Kuesioner Peserta Pelatihan



Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan PkM pelatihan Teknik foto dan editing foto yang bertujuan untuk meningkatkan daya jual UMKM Mutiara Craft terutama pada pembuatan konten digital yang nantinya digunakan dalam penjualan ecommerce ataupun media digital lainnya. Dapat disimpulkan bahwa untuk pengenalan awal mengenai materi yang disampaikan sudah baik namun perlu adanya pengukuran lain yang bertujuan untuk mengetahui apakah pelaku usaha menerapkan materi yang telah disampaikan atau tidak. Sehingga apa yang dilaksanakan jauh lebih terukur keberhasilannya.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih kami ucapkan kepada Mutiara Craft sebagai mitra UMKM Kota Bekasi yang telah bersedia untuk mengikuti kegiatan ini. Serta rekan sejawat di Universitas Bina Insani yang turut mendukung dan membantu dalam kesuksesan kegiatan ini.

Daftar Referensi

- Aliyah, A. H. (2022). *PERAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT*. 3(1). <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>
- Budiaji, W., Fakultas, D., Universitas, P., Tirtayasa, A., Raya, J., Km, J., & Serang Banten, P. (2013). SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale). *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember*, 2(2), 127–133. <http://umbidharma.org/jipp>
- Cecillia, & Kuswoyo Chandra. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pengembangan UMKM Food and Beverage di Kota Bandung. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*,



20(2), 220–225.

Hernikawati, D., Kominfo, B., Kementerian, J., & Dan Informatika, K. (n.d.). *DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA PALEMBANG THE COVID-19 PANDEMIC IMPACT FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE (SME) IN PALEMBANG.*

Hikmah, A. R., & Retnasari, D. (2021). *ECOPRINT SEBAGAI ALTERNATIF PELUANG USAHA FASHION YANG RAMAH LINGKUNGAN.*

Kabupaten, D., Suyadi, B.-R., Syahdanur, ;, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAM*, 29(1). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>

Syari Harahap, H., Komala Dewi, N., Prawesti Ningrum, E., Ilmu Komunikasi, F., Bhayangkara Jakarta Raya, U., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. In *Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences* (Vol. 3, Issue 2).