

**PELATIHAN FOTO PRODUK DAN PEMBUATAN DESAIN PROMOSI BAGI PELAKU UMKM
PENGOLAHAN BELIMBING (AVERR) SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PROMOSI**

Wahyu Putri Cahyani¹, Umarwan Sutopo²

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

wahyuputric@gmail.com, umarwansutopo@gmail.com

Abstrak

Desa Dempel Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi merupakan salah satu desa yang melakukan pemanfaatan pekarangan untuk pengembangan pangan dengan menanam pohon belimbing, yang dilaksanakan pada tahun 2014 silam, dan juga memiliki prestasi dalam keberhasilan memberdayakan pohon belimbing. Saat ini Desa Dempel memiliki 2 UMKM pengolah buah belimbing menjadi berbagai macam camilan dan minuman. Namun dibalik kesuksesan Desa Dempel dalam memberdayakan pohon belimbing, dan kelancaran UMKM dalam mengolah buah belimbing menjadi berbagai macam camilan dan minuman, memiliki salah satu permasalahan yang harus dihadapi. Yaitu, kurangnya keterampilan dasar untuk dapat survive di era digital marketing. Salah satu keterampilan yang harus dimiliki di era digital marketing adalah keterampilan iklan e-market yang menarik dan kreatif, bisa menggunakan foto produk ataupun dengan membuat desain promosi. Perkembangan digital sudah sangat kompleks, dengan didukungnya kecanggihan smartphone yang memudahkan untuk mempersiapkan iklan e-market. Sehingga salah satu fokus kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) dengan mengadakan pelatihan foto produk menggunakan smartphone dan membuat desain promosi. Supaya dalam jangka waktu kedepannya UMKM pengolahan belimbing (Averr) dapat bersaing di digital marketing. Pelatihan ini bermanfaat bagi pemilik UMKM pengolahan belimbing (Averr), dan bisa dikatakan berhasil karena pemilik Averr dapat menghasilkan beberapa foto produk yang bagus. Melakukan promosi menggunakan foto produk yang jelas, dan desain promosi yang menarik dapat menarik calon pembeli untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: *Desa Dempel, Digital Marketing, Foto Produk, Desain Poster, UMKM Olahan Belimbing*

Abstract

Dempel Village, Geneng District, Ngawi Regency is one of the villages that utilizes yards for food development by planting star fruit trees, which was carried out in 2014, and also has achievements in successfully empowering star fruit trees. Currently, Dempel Village has 2 SMEs processing star fruit into various kinds of snacks and drinks. However, behind the success of Dempel Village in empowering star fruit trees, and the smooth running of SMEs in processing star fruit into various kinds of snacks and drinks, there is one problem that must be faced. Namely, the lack of basic skills to survive in the digital marketing era. One of the skills that must be possessed in the digital marketing era is interesting and creative e-market advertising skills, you can use product photos or create promotional designs. Digital development is very complex, supported by the sophistication of smartphones that make it easier to prepare e-market advertisements. So that one of the focuses of the Online Community Service Lecture from Home (KPM-DDR) is by holding product photo training using a smartphone and making promotional designs. So that in the future, star fruit processing SMEs (Averr) can compete in digital marketing. This training is beneficial for the owners of starfruit processing SMEs (Averr), and can be said to be successful because the owners of Averr can produce some good product photos. Promoting using clear product photos, and attractive promotional designs can attract potential buyers to make purchases.

Keywords: *Dempel Village, Digital Marketing, Product Photos, Poster Design, MSME Processed Starfruit*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2018 Presiden Joko Widodo memberikan *roadmap* perindustrian Indonesia di era revolusi industri 4.0, dengan meluncurkan “*Making Indonesia 4.0.*” *Making Indonesia 4.0* berfokus pada 5 sektor manufaktur, yaitu (1) Industri makanan dan minuman, (2) Industri tekstil dan pakaian, (3) Industri otomotif, (4) Industri elektronik, dan (5) Industri kimia.¹ Menurut seorang ekonom Muhammad Aditya Warman, menjelaskan bahwa inovasi dan kelincahan dalam melakukan multitasking adalah dua poin penting untuk bersaing di era 4.0.²

Adanya UMKM pengolahan buah belimbing yang menghasilkan berbagai macam makanan dan minuman merupakan salah satu jenis industri dalam sektor industri makanan dan minuman (kuliner). Kuliner merupakan industri yang abadi, menjadi *lifestyle* dan *leisure* sehingga sektor ini dapat dengan mudah berkembang. Pada tahun 2016 presentase pengusaha di sub-sektor kuliner yang tidak berbadan usaha sebanyak 5.434.047 usaha, dan 38,86% presentase penerapan E-commerce dalam usaha sub-sektor kuliner 2016.³ Kemnperin mencatat kinerja industri makanan dan minuman per tahun 2015 hingga 2019 rata-rata tumbuh 8,16% di atas rata-rata pertumbuhan dari industri nonmigas dengan presentase 4,69%. Bahkan di tengah pandemi Covid-19 industri makanan dan minuman masih berada pada zona pertumbuhan positif sebesar 1,58% pada tahun 2020.⁴

Desa Dempel yang berada di Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi menjadi salah satu desa yang berhasil membudidayakan pohon belimbing dan mengolah buah belimbing menjadi berbagai olahan makanan dan minuman. Dalam pengolahan belimbing, dilakukan oleh dua UMKM yaitu UMKM Averb dan UMKM Karlina *cake and cookies* Ngawi. Pada pelaksanaan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR), yang berfokus pada tema ekonomi. Penulis memfokuskan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang terdapat di UMKM Averb. Berdasarkan hasil observasi di lapangan yang telah dilakukan, terdapat permasalahan yang dihadapi oleh pemilik UMKM Averb, yaitu;

¹ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, “Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri KE-4,” kemenperin.go.id, diakses dari <https://www.kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-RI-Masuki-Revolusi-Industri-Ke-4>, pada tanggal 17 Agustus 2021 pukul 03.35

² Lintang Ratri Rahmiah dan Dkk, “Promosi Digital Sebagai Upaya Penguatan Manajemen Pemasaran Batik di Kampung Gedong Kota Semarang,” *Jcommdev* 1, no. 1 (2020): 41-52

³ Kemenparekraf Republik Indonesia, “Economy Creative Outlook,” kemenparekraf.go.id, diakses dari https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1589839384_OPUS_-, pada tanggal 17 Agustus 07.35.

⁴ Kominfo, “Industri Makanan dan Minuman Diakselerasi Menuju Transformasi Digital,” kominfo.go.id, diakses dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/33978/industri-makanan-dan-minuman-diakselerasi-menuju-transformasi-digital/0/berita>, pada tanggal 17 Agustus 2021 pukul 08.25

(1) Pemilik UMKM Averb belum memiliki wawasan foto produk yang baik dan keterampilan dalam melakukan foto produk sendiri, (2) Media pemasaran yang kurang menarik. Berdasarkan pada permasalahan tersebut, apabila tidak segera mencari solusi, akan menghambat perkembangan UMKM Averb sebagai salah satu UMKM yang menjadi harapan Desa Dempel untuk dapat menghasilkan, dan mengenalkan oleh-oleh khas Desa Dempel.

Permasalahan yang dihadapi cukup krusial di era *digital marketing*, karena pertumbuhan UMKM di Indonesia yang terus bertambah. Mau tidak mau, para pelaku UMKM harus lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran sehingga efektif dalam memikat calon pelanggan. Menurut Arif Budiman dalam Maudhody (2017) berpendapat bahwa pada era digital foto produk yang menarik dapat menjadi pionir dalam pemasaran produk. Menurut Albert Einstein, dalam pepatahnya yang terkenal salah satunya adalah “*One picture is worth a thousand words*” yang memiliki arti bahwa satu gambar itu bernilai seribu kata.⁵ Dengan kata lain, promosi di era *digital marketing* dengan menggunakan foto-foto produk yang menarik dan cocok dengan karakteristik produk dan konsumen, dapat menarik konsumen.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yudhy S. Purwanto dan Mira Veranita dalam penelitiannya yang berjudul Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. Dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa pelatihan fotografi dasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah ditujukan untuk membantu perkembangan UKM.⁶

Selanjutnya Pada penelitian yang dilakukan oleh Ami Saptiyono, Errika Dwi Setya Watie, dan Kharisma Ayu Febriana dalam penelitian yang berjudul Pelatihan Fotografi Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari, memberikan hasil kesimpulan proses melakukan foto produk yang dilakukan secara mandiri oleh pelaku UMKM, tidak lagi menjadi hal yang menakutkan. Karena sebelum adanya pelatihan fotografi, hasil foto produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM kurang maksimal. Setelah adanya pelatihan fotografi, proses melakukan foto produk dapat dilakukan dengan mudah.⁷

Dengan latar belakang permasalahan tersebut, penulis dalam melaksanakan kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) melalui program utama yaitu melakukan pelatihan foto produk dan pembuatan desain promosi. Dan guna penyusunan laporan akhir berupa jurnal, penulis menyusun dengan judul “Pelatihan Foto Produk Dan Pembuatan Desain Poster Promosi Bagi Pelaku Umkm Pengolahan Belimbing (Averb) Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Promosi.”

⁵ Ami Saptiyono dan Dkk, “Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari,” *Jurnal Tematik* 3, no. 1, Juni (2021): 6-10

⁶ Yudhy S. Purwanto dan Mira Veranita, “Pelatihan Fotografis Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung,” *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas* 02, no. 02, Maret (2018): 205-211

⁷ Ibid

METODE

Asset Based Community Development (ABCD)

Pelaksanaan KPM-DDR dengan memprioritaskan beberapa prinsip dan tujuan. Salah satunya adalah pengembangan dan pendampingan masyarakat menuju masyarakat sejahtera dan mandiri. Maka atas landasan tersebut, pelaksanaan KPM-DDR menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Menurut Munawwar Ahmad (2007), pendekatan ABCD adalah pendekatan yang berfokus pada pengembangan masyarakat dengan menggunakan pemanfaatan aset dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat.⁸ Menurut konsepnya, aset dikelompokkan menjadi 2 tipe: (1) Aset-aset nyata (*Tangible Aset*), seperti; tabungan uang, saham, properti nyata, mesin produksi, sumber daya alam. kemudian (2) Aset-aset tidak nyata (*Intangible Aset*), seperti; manusia, budaya, organisasi, sosial informal, dll.⁹

Penerapan pendekatan ABCD dalam kegiatan KPM-DDR, melalui 7 tahap yaitu: (1) *Appreciative Inquiry*, (2) *Community Mapping*, (3) *Transect*, (4) Pemetaan Asosiasi dan Institusi, (5) *Individual Inventory Skill*, (6) *Leaky Bucket*, (7) *Low hanging fruit*.¹⁰ Dalam pelaksanaan kegiatan KPM-DDR, penulis menemukan aset potensi yang berada di Desa Dempel. Yaitu kebun budidaya pohon belimbing, dan juga UMKM yang bergerak pada pengolahan hasil kebun belimbing menjadi aneka macam olahan. UMKM pengolahan belimbing Desa Dempel memiliki potensi untuk lebih dikenal masyarakat secara keseluruhan, karena produk yang unik dan belum banyak yang melakukan pengolahan buah belimbing. Namun, disisi potensi tersebut terdapat beberapa kekurangan. Yaitu kurang kuatnya media promosi oleh UMKM pengolahan belimbing (Averr) sehingga, promosinya tidak melekat pada ingatan calon pembeli.

Dengan hasil observasi awal tersebut, kemudian melaksanakan KPM-DDR yang bertema ekonomi dengan pendekatan ABCD melalui program kerja inti yaitu; (1) Melakukan pelatihan foto produk bagi UMKM pengolahan belimbing (Averr), dan (2) Membuat desain promosi yang menarik bagi produk-produk olahan UMKM Averr. Dalam pelaksanaan program kerja tersebut, penulis hanya melibatkan salah satu UMKM pengolahan belimbing, yaitu UMKM Averr. Dengan pertimbangan; lokasi produksi berada di Desa Dempel, masih kesulitan dalam menyiapkan media promosi yang menarik. Sehingga akan pelaksanaan program kerja tersebut dapat menghasilkan hasil yang sesuai harapan, yaitu: (1) Dapat

⁸ Achmad Room Fitrianto dan Dkk, "Membangun Kesadaran Masyarakat Dalam Pemeliharaan Bendungan Gondrok (Sebuah Aksi Partisipatif Dalam Mewilahi Irigasi Pertanian di Desa Bedohon, Jiwan, Madiun)," *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 2, Desember (2020): 79-86

⁹ Mirza Maulana, "Asset Based Community Development : Strategi Pengembangan Masyarakat di Desa Wisata Ledok Sambi Kaliurang," *EMPOWER: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 4, no. 2, Desember (2019): 259-278

¹⁰ IAIN Ponorogo, *Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR)*, (Ponorogo: LPPM IAIN Ponorogo, 2021): 49

menambah wawasan terhadap UMKM Averb dalam *creative promotion*, (2)UMKM Averb dapat menyiapkan media promosi yang menarik, tanpa harus meminta bantuan orang lain untuk membuat media promosi.

Teknik-Teknik Pendampingan

Implementasi *Asset Based Community Development* (ABCD) sebagai metode untuk memobilisasi aset pemberdayaan masyarakat, terdapat beberapa metode. Antara lain:

1. Metode pertama yaitu penemuan apresiatif (*Appreciative Inquiry*), menurut Whitney dan Trosten-Bloom (2007, 1-2), menjelaskan *Appreciative Inquiry* atau AI adalah sebagai pendekatan terhadap perubahan pribadi dan organisasi berdasarkan pada asumsi bahwa pertanyaan-pertanyaan dan dialog tentang kekuatan, keberhasilan, nilai, harapan dan impian sebenarnya merupakan perubahan itu sendiri. Kemudian menurut Lorne (2003) menjelaskan bahwa AI merupakan sebuah paradigma dalam menemukan apa yang dibutuhkan untuk membuah hidup organisasi lebih baik.¹¹ Proses AI terdiri dari 4 tahap, yang sering disebut siklus 4D, yaitu *Discovery, Dream, Design, dan Destiny*.
2. Metode kedua yaitu pemetaan komunitas (*Community Mapping*), adalah pendekatan dengan tujuan memperluas akses ke pengetahuan lokal. Fungsi *community map*, antara lain sebagai berikut: (a) Memperbaiki dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam melakukan pemetaan, (b) Memberikan kesempatan kepada masyarakat dan seluruh komunitasnya untuk mengevaluasi proposal perencanaan dan memvisualisasikan dampak keputusan terhadap masa depan komunitas, (c) Mengumpulkan dan meningkatkan data geospasial, (d) Meningkatkan pengetahuan masyarakat dan komunitas mengenai wilayahnya.
3. Metode ketiga yaitu penelusuran wilayah (*Transest*), merupakan penelusuran wilayah untuk menemukan dan mengenali aset fisik secara rinci dalam suatu desa.
4. Metode keempat pemetaan aset individu (*Individual Inventory Skill*), metode yang digunakan untuk melakukan pemetaan individual aset. Fungsi dari pemetaan aset individu antara lain; (a) Memberikan landasan untuk memberdayakan masyarakat, (b) Membangun hubungan dengan masyarakat, (c) Membantu mengidentifikasi keterampilan dan bakat masing-masing yang dimiliki masyarakat.

¹¹ George Horat, *Mencipta Kenyataan Baru Panduan Visioning dan Perencanaan Pemenuhan Hak Dasar: Pendekatan Appreciative Inquiry*, (Nusa Tenggara Timur: PIKUL, 2011), 19

5. Metode kelima skala prioritas (*Low Hanging Fruit*), merupakan cara yang diambil dan dilakukan untuk memprioritaskan salah satu mimpi masyarakat, yang dapat direalisasikan dengan menggunakan potensi masyarakat tanpa bantuan dari pihak luar.

Langkah-Langkah Pendampingan

Memulai langkah-langkah pendampingan dengan menggunakan model 4-D, yaitu *Discovery*, *Dream*, *Design*, dan *Destiny*. 4-D merupakan tahapan-tahapan pada fase di dalam proses *Appreciative Inquiry*. Umumnya tahapan fase AI hanya 4 tahap, namun beberapa peneliti sebelum melakukan proses *Discovery* atau penemuan. Para peneliti juga melakukan proses *Define* atau persiapan, penentuan. Sehingga langkah-langkah pendampingan dimulai dengan *Define*.

1. Tahap pertama *Define* (Persiapan awal). *Define* dilakukan guna memperjelas topik pendampingan terhadap organisasi atau komunitas yang dikehendaki. Untuk itu sangat penting melakukan konsultatif dengan melibatkan anggota organisasi, masyarakat, atau komunitas secara luas. Pada tahap ini, penulis menentukan: (a) Tempat, merupakan lokasi yang terpilih untuk dilakukan perubahan. Yaitu pada UMKM pengolahan belimbing Desa Dempel (b) Orang, adalah objek yang akan terkena dampak dari program kerja. Yakni pemilik UMKM pengolahan belimbing (Averr) (c) Fokus program kerja, pada pelaksanaan KPM-DDR tema ekonomi, memiliki 2 fokus program kerja. Yaitu pelatihan foto produk dan pembuatan desain promosi (d) Informasi tentang latar belakang, informasi yang didapat melalui obeservasi awal adalah terdapat pelaku UMKM pengolahan belimbing yang telah berhasil mengolah buah belimbing menjadi berbagai macam olahan. Namun memiliki sisi kekurangan, yang perlu solusi dengan pengadaan program kerja tersebut.
2. Tahap kedua *Discovery* (Penemuan). Ada beberapa cara dalam mengungkap *discover*. Fase ini berlangsung dengan (a) Mendiskusikan kisah inspiratif yang ada, guna menggali dan menemukan kekuatan-kekuatan yang menjadi sumber keberhasilan. (b) kemudian selanjutnya mediskusikan kekuatan mana yang paling signifikan yang disampaikan oleh komunitas.
3. Tahap ketiga *Dream* (Memimpikan masa depan). Berdasar pada informasi dari tahap sebelumnya dan sudah menentukan kekuatan yang paling signifikan. Langkah selanjutnya adalah membayangkan masa depan yang diharapkan melalui kekuatan-kekuatan yang dimiliki dengan misi, strategi dan rencana aksi untuk merealisasikannya.
4. Tahap keempat *Design* (Merumuskan strategi). Tahap ini memulai untuk membuat keputusan dan mengembangkan sinergitas yang dapat mendukung perubahan yang diharapkan pada proses sebelumnya *dream*.

5. Tahap kelima *Destiny*, merupakan tahap terakhir dalam langkah-langkah pendampingan. Pada tahap ini setiap orang dalam organisasi, atau objek yang mendapat pendampingan mengimplementasikan hal-hal yang dirumuskan secara berkelanjutan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian

Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) dilaksanakan di Desa Dempel Kecamatan Geneng, Kabupaten Ngawi, dengan mematuhi protokol kesehatan disetiap pelaksanaan kegiatan. Esensi dari Kuliah Pengabdian Masyarakat dapat direalisasikan dengan memilih tema-tema pengabdian, yaitu: (1) Keagamaan, (2) Pendidikan, (3) Ekonomi, (4) Gender, (5) Tata kelola demokratis, (6) Kesehatan dan lingkungan. Pada pelaksanaannya peserta KPM-DDR hanya diwajibkan untuk memilih 1 tema.

Sebelum menentukan tema KPM-DDR, penulis melakukan riset terhadap kondisi Desa Dempel. Hal apa saja yang menjadi potensi Desa Dempel, dan tidak banyak dimiliki oleh desa-desa lain yang ada di Ngawi. Setelah melakukan observasi dan menemukan aset yang dapat dikembangkan lebih baik lagi. Berikut adalah hasil observasi penulis, dengan menggunakan pendekatan *Appreciative Inquiry*: (1) terdapat aset alam berupa pembudidayaan pohon belimbing, (2) terdapat pelaku UMKM yang mengolah buah belimbing menjadi berbagai macam olahan. Dengan hasil observasi tersebut penulis memutuskan skala prioritas yang merupakan aset utama Desa Dempel guna menyusun program kerja dan melaksanakan KPM-DDR dengan tema ekonomi. Kegiatan KPM-DDR dengan tema ekonomi dapat dilakukan dengan pendampingan atau pemberdayaan ekonomi, meningkatkan volume produksi, melakukan pemasaran online melalui *market place* dan media sosial, dan lain-lain. Penulis memutuskan mengadakan pelatihan foto produk dan membuat desain promosi. Dikarekan pemilik UMKM Averb sebagai pengolah belimbing belum memiliki keterampilan dalam menyiapkan media promosi yang menarik, selain itu UMKM Averb telah memiliki produk olahan yang unik, karena belum banyak yang melakukan pengolahan buah belimbing menjadi keripik belimbing, minuman belimbing dan lain-lain.

Gambaran Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian terdiri dari tiga tahapan, yaitu *assesment*, kegiatan pelatihan foto produk, pembuatan desain promosi, dan kegiatan evaluasi pasca kegiatan. Pada bab mendeskripsikan pelaksanaan kegiatan Pelatihan Foto Produk Dan Pembuatan Desain Poster Promosi Bagi Pelaku Umkm Pengolahan Belimbing (Averb) Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Promosi.

Tahap *assesment* lapangan. Tahap ini sempat mengalami penundaan dikarenakan pihak yang bersangkutan masih sibuk terlebih lagi pelaksanaan KPM-DDR bersamaan dengan program PPKM dari

pemerintah, sehingga penulis sedikit kesulitan dalam mengatur jadwal untuk melakukan *assesment*. Tahap *assesment* dapat dilaksanakan pada hari Selasa, 20 Juli 2021. Dengan hasil *assesment* sebagai berikut: persetujuan kerja sama dengan pelaku UMKM Averb untuk menjadi peserta pelatihan foto produk, dan membuat desain produk, kemudian lokasi pelaksanaan yang dilaksanakan di rumah produksi UMKM Averb, serta rangkaian kegiatan dan strategi. Pada hari Sabtu, 24 Juli 2021 dilakukan penyampaian undangan kegiatan dan rincian kegiatan, sehingga pelaku UMKM Averb sebagai peserta pelatihan dapat mempersiapkan diri.

Tahap pelaksanaan pelatihan. Pelatihan dilaksanakan selama 1 hari yakni pada hari Selasa, 27 Juli 2021 di rumah produksi UMKM Averb. Pelatihan ini tidak menghadirkan pelatih dari pihak lain, tetapi dari peserta KPM-DDR yang melaksanakan KPM di Desa Dempel yang melakukan pelatihan terhadap pelaku UMKM Averb. Karena penulis memiliki keahlian dalam bidang fotografi. Acara pelatihan dimulai pada pukul 09.00 WIB sampai 13.00 WIB. Pelatihan foto produk menggunakan 2 strategi penyampaian dalam pelatihan. (1) Ceramah dan demonstrasi, strategi ini memberikan informasi dan pemahaman mengenai hal-hal berkaitan dengan fotografi dan editing produk untuk media promosi. (2) Praktik dan pembimbingan, strategi ini untuk memberikan kesempatan peserta dalam mempraktikkan teori, tips dan trik fotografi yang telah disampaikan. Praktik dan pembimbingan foto produk ini menggunakan media *smartphone*. Pelatihan ini diisi dengan materi-materi tentang fotoproduk, tips dan trik melakukan foto produk secara sederhana, dan praktik memotret produk menggunakan *smartphone*. Pelaksanaan pelatihan tidak memerlukan banyak properti pendukung yang sulit dicari, ataupun properti yang harus membeli dengan harga yang mahal. Karena tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada peserta dalam memanfaatkan properti di sekitar rumah yang dapat digunakan untuk mendukung foto produk. Pelatihan ini dilakukan dengan properti (1) kardus, (2) Kain putih atau polos, (3) Bunga, (4) Kursi, dan (5) *Smartphone*.

Tahap berikutnya masih dalam satu agenda proker, namun tidak berupa pelatihan. Melainkan proses pembuatan desain poster yang dilakukan oleh peserta KPM-DDR Desa Dempel. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk RTL dari pelatihan foto produk. Pembuatan desain poster bertujuan untuk lebih mempercantik, memperjelas, dan mengoptimalkan media promosi, sehingga output yang dihasilkan berupa jumlah pesanan masuk setelah melakukan promosi menggunakan media baru, yaitu media foto produk dan media desain poster promosi. Kegiatan pembuatan desain promosi dilakukan jauh sebelum pelatihan foto produk dilakukan. Karena tujuan dari pembuatan desain promosi adalah untuk lebih menarik minat calon pembeli. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 11 Juli 2021.

Tahap selanjutnya adalah, tahap evaluasi pasca kegiatan. Tahap ini dilakukan untuk mengetahui sejauhmana keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan, ditinjau dari beberapa aspek berikut: (1) Pemahaman pelaku UMKM Averb sebagai peserta pelatihan terhadap materi yang disampaikan, (2) Kemampuan peserta pelatihan dalam menghasilkan foto produk yang baik, (3) Pengaruh foto produk dan desain promosi yang dibuat oleh peserta KPM-DRR Desa Dempel terhadap jumlah pesanan.

Hasil Kegiatan

Dalam menjalankan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) dari awal hingga akhir, selalu mengutamakan protokol kesehatan dan berorientasi pada pengembangan aset desa berupa UMKM pengolah buah belimbing supaya berkembang lebih baik lagi. Pelaksanaan kegiatan KPM-DDR tentunya sesuai dengan metode dan teknik pendampingan yang dijelaskan sebelumnya. Masih berjalannya proses produksi pada UMKM pengolahan belimbing Desa Dempel merupakan kesuksesan tersendiri bagi Desa Dempel dalam pembudidayaan pohon belimbing. Namun disisi lain, pemahaman dan keterampilan dalam mengelola, mengikuti *trend* media promosi masih kurang.

Hal tersebut disebabkan oleh 2 faktor yang mempengaruhi, faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, meliputi: (1) kurangnya semangat dan inisiatif pemilik UMKM dalam mempelajari *trend* promosi masa kini, (2) kurangnya wawasan dalam mengoptimalkan *smartphone* untuk melakukan foto produk sendiri, (3) selain itu pemilik UMKM pengolahan belimbing juga sudah cukup disibukkan dengan pekerjaan rumah. Kemudian untuk faktor eksternal adalah belum adanya pelatihan mengenai foto produk atau *editing* foto sebagai media promosi bagi UMKM. Sehingga dengan program kerja Pelatihan Foto Produk dan Pembuatan Desain Promosi dapat memberikan perubahan pada UMKM pengolahan belimbing Desa Dempel, khususnya kepada UMKM Averb. Hasil pelaksanaan program kerja Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR), yang telah melaksanakan 2 program kerja inti yaitu (1) Pelatihan foto produk, dan (2) Pembuatan desain promosi. Sehingga hasilnya dapat dilihat secara garis besar, meliputi:

1. Kemampuan dalam menguasai materi

Pelaksanaan pelatihan menggunakan metode ceramah dan demonstrasi atau sering disebut dengan teori dan praktik, pada saat pelatihan cenderung lebih banyak melakukan praktik. Sehingga dapat dengan mudah mengingat setiap materi yang disampaikan.

Sebelum melakukan praktik, terlebih dahulu menyampaikan materi, materi yang disampaikan berupa syarat atau faktor-faktor yang mempengaruhi hasil foto. Yaitu: (1) Pencahayaan yang bagus. Pencahayaan bisa menggunakan pencahayaan alami (cahaya matahari) ataupun pencahayaan buatan (lampu, atau *lightbox*). Dalam pelaksanaan pelatihan, memanfaatkan

sepenuhnya cahaya matahari, karena jika menggunakan lampu atau *lightbox* memerlukan bantuan orang lain untuk memegang lampu ataupun *lightbox*, selain itu lampu juga dapat menambah pengeluaran pada kebutuhan listrik. (2) Posisi tubuh saat mengambil foto. (3) Komposisi atau cara penempatan objek foto.



Gambar 1.1 : Dokumentasi proses praktik foto produk

Berikut adalah hasil foto produk saat pelatihan, yang dihasilkan oleh pemilik UMKM Avert:



Gambar 1.2 : Hasil foto produk dalam pelatihan

Selanjutnya adalah foto produk UMKM Avert sebelum diadakan pelatihan foto produk, sebagai perbandingan:



Gambar 1.3 : Foto-foto produk Avert sebelumnya

2. Ketercapaian tujuan pelatihan foto produk dan pembuatan desain promosi

Tujuan pelatihan foto produk dan pembuatan desain promosi adalah guna menambah wawasan pemilik UMKM Avert dalam bidang foto produk, sehingga dalam waktu kedepan beliau dapat melakukan foto produk sendiri, tanpa harus meminta bantuan orang lain. Tujuan berikutnya, dalam pembuatan desain promosi. Kegiatan ini bertujuan untuk lebih menarik calon pembeli.

Pembuatan desain promosi dilakukan pada tanggal 11 Juli 2021, yang dilakukan oleh peserta KPM-DDR secara mandiri. Mulai dari proses pengambilan foto produk untuk media pelengkap desain promosi, dan kemudian proses pembuatan desain. Sehingga berikut adalah hasil desain promosi yang sudah dibuat oleh peserta KPM-DDR Desa Dempel:



Gambar 1.4: Hasil desain promosi oleh peserta KPM-DDR

Setelah pembuatan desain promosi, tahap selanjutnya adalah mempromosikan produk olahan belimbing dari Averk melalui media sosial. Dengan kurun waktu pelaksanaan promosi dimulai tanggal 13-31 Juli 2021. Berikut adalah rekap pesanan yang masuk selama kurun waktu promosi.

Rekap pesanan masuk, kurun waktu 13-31 Juli 2021:

Hari/Tanggal	Jumlah Barang	Nama Barang	Harga	Jumlah
Minggu/18 Juli 2021	3 pcs	Belimbing chips	Rp. 10.000	Rp. 30.000
	3 btl	Sirup belimbing	Rp. 13.000	Rp. 39.000
	3 btl	Sari buah belimbing	Rp. 5.000	Rp. 15.000
	Jumlah Rp.			Rp. 84.000
Kamis/22 Juli 2021	1 pcs	Belimbing Chips	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	2 btl	Sari buah belimbing	Rp. 5.000	Rp. 10.000

	Jumlah Rp.			Rp. 20.000
Senin/26 Juli 2021	2 pcs	Belimbing chips	Rp. 10.000	Rp. 20.000
	2 btl	Sirup belimbing	Rp. 13.000	Rp. 26.000
	2 btl	Sari buah belimbing	Rp. 5.000	Rp. 10.000
	Jumlah Rp.			Rp. 56.000
Selasa/ 27 Juli 2021	1 pcs	Belimbing chips	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	1 btl	Sirup belimbing	Rp. 13.000	Rp. 13.000
	1 btl	Sari buah belimbing	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Jumlah Rp.			Rp. 28.000
	Total Rp.			Rp. 188.000

Jalannya Pelaksanaan Kegiatan

Setelah tuntas melaksanakan program kerja KPM-DDR, kegiatan selanjutnya adalah melakukan evaluasi secara keseluruhan. Evaluasi dilakukan guna mengetahui tingkat keberhasilan program-program kerja, mulai dari kegiatan pelatihan dan pembuatan desain promosi untuk UMKM (Averr) pengolahan belimbing Desa Dempel. Pelatihan foto produk dan pembuatan desain promosi hanya difokuskan pada UMKM Averr, hal ini tentunya memiliki alasan tersendiri, yaitu: (1) UMKM Averr masih melakukan produksi meskipun selama pandemi, (2) lokasi pengolahan produk makanan dan minuman belimbing dilakukan di rumah beliau sendiri, yaitu di Desa Dempel. Sehingga dekat untuk dijangkau.

Keberhasilan program kerja ditinjau dari rekap pesanan produk pengolahan belimbing oleh Averr kurun waktu promosi yaitu tanggal 13-31 Juli 2021, kemudian pemilik UMKM tidak kesulitan lagi dalam menyiapkan media untuk promosi, karena telah mendapat wawasan mengenai foto produk. Meskipun masih belum terlalu lihai dalam melakukan foto produk, tetapi sudah diakui oleh pemilik UMKM Averr bahwa beliau sangat terbantu dengan adanya pelatihan foto produk.

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diidentifikasi beberapa faktor pendukung, dan faktor penghambat dalam melaksanakan program kerja KPM-DDR kepada UMKM (Averr) pengolahan belimbing yang berada di Desa Dempel. Berikut adalah faktor pendukung dan penghambat, meliputi:

1. Faktor pendukung
 - a. Dukungan kepala Desa Dempel terhadap program pelatihan foto produk, dengan memberikan izin untuk melakukan kegiatan di tengah pemberlakuan PPKM.
 - b. Dukungan dan ketersediaan pemilik UMKM Averr, yang sangat bersedia menjadi peserta pelatihan foto produk guna perkembangan yang lebih baik kedepannya.
 - c. Ketersediaan tenaga ahli dalam bidang foto produk, yaitu dari peserta KPM-DDR sendiri.
 - d. Materi dan metode pelatihan yang tidak terlalu rumit.
2. Faktor penghambat
 - a. Pemberlakuan PPKM, sehingga pelaksanaan pelatihan harus di undur pada tanggal 27 Juli 2021.
 - b. Seharusnya melakukan pelatihan terhadap dua UMKM pengolahan belimbing yang dimiliki Desa Dempel (UMKM Averr dan Karlina *cake and cookies*), namun hanya dapat melakukan pelatihan terhadap satu UMKM saja, yaitu pada UMKM Averr. Karena UMKM Karlina *cake and cookies* melakukan proses produksi di rumah beliau yang berada di Lego Wetan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, dapat diperoleh beberapa kesimpulan, antara lain: (1) kegiatan pelatihan foto produk dapat meningkatkan wawasan pemilik UMKM Averr dalam melakukan foto produk, dan dapat menjadi bekal beliau untuk kedepannya, sehingga tidak perlu kesulitan mencari tenaga yang bisa membantu beliau dalam foto produk. (2) kegiatan pembuatan desain promosi menjadikan UMKM Averr lebih terlihat profesional dan kekinian dalam melakukan promosi, selain itu dapat membantu meningkatkan penjualan di masa pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitrianto, Achmad Room, dan Dkk. (2020). Membangun Kesadaran Masyarakat Dalam Pemeliharaan Bendungan Gondrok (Sebuah Aksi Partisipatorif Dalam Memelihara
- Irigasi Pertanian Di Desa Bedohon, Jiwan, Madiun). *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 79-86.

- Hormat, George. (2011). *Menciptakan Kenyataan Baru Panduan Visioning Dan Perencanaan Pemenuhan Hak Dasar: Pendekatan Appreciative Inquiry*. Nusa Tenggara Timur: PIKUL.
- Maulana, Mirza. (2019). Asset Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat Di Desa Wisata Ledok Sambi Kaliurang. *EMPOWER: Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 259-278.
- Purwanto, Yudhy S., dan Mira Veranita. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas* , 205-211.
- Ponorogo, IAIN. (2021). *Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR)*. Ponorogo: LPPM IAIN Ponorogo.
- Rahmiaji ,Lintang Ratri, dan Dkk. (2020). Promosi Digital Sebagai Upaya Penguatan Manajemen Pemasaran Batik Di Kampung Gedong Kota Semarang . *Jcommdev* , 41-52.
- Septiyono, Ami, dan Dkk. (2021). Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari. *Jurnal Tematik* , 6-10.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. "Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri KE-4." kemenperin.go.id.
- <https://www.kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-RI-Masuki-Revolusi-Industri-Ke-4> (Diakses Agustus 17, 2021)
- Kemenparekraf Republik Indonesia. "Economy Creative Outlook." kemenparekraf.go.id.
https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1589839384_OPUS_- (Diakses Agustus 17, 2021)
- Kominfo. "Industri Makanan dan Minuman Diakselerasi Menuju Transformasi Digital." kominfo.go.id.
<https://www.kominfo.go.id/contetnt/detail/33978/industri-makanan-dan-minuman-diakselerasi-menuju-transformasi-digital/0/berita> (Diakses Agustus 17, 2021)