

INOVASI FOTO PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE DALAM MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK UMKM BOLU “CIPTOROSO” DI LINGKUNGAN AMPEAN KELURAHAN TONATAN PONOROGO

Garnis Olivia Arcikasari¹, Maulida Nurhidayati²

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Email : garnisolivia@gmail.com, nurhidayati@iainponorogo.ac.id

Abstrak

Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) merupakan gerakan dedikasi dengan tujuan belajar dan bekerjasama dengan masyarakat di era wabah Covid-19. KPM tersebut dilaksanakan di Lingkungan Ampean RT 01/RW 03 Kelurahan Tonatan, Kabupaten Ponorogo mulai tanggal 5 Juli dan berakhir pada 13 Agustus 2021. Kegiatan ini dimulai seraya rekognisi aset atau potensi yang dimiliki di lingkungan tersebut untuk dimanfaatkan sebagai pemberdayaan bagi masyarakat. Kegiatan KPM ini dijalankan dengan menerapkan prosedur Asset Based Community Development (ABCD), dimulai dengan pengenalan (inkulturasi), mengungkapkan informasi (discovery), mengetahui aset dan mengidentifikasi peluang (design), mendukung keterlaksanaan program (define), dan refleksi. Di Lingkungan Ampean terdapat beberapa UMKM yang didirikan warga sekitar terutama di bidang makanan, salah satunya yaitu UMKM Roti Bolu “Ciptoroso”. Salah satu kendala yang dialami yaitu dalam hal pemasaran yang kurang maksimal dan masih sederhana. Kegiatan pengabdian yang dipilih yaitu sosialisasi dan pelatihan mengenai proses pemasaran dengan fokus inovasi foto produk untuk meningkatkan nilai jual produk. Kegiatan ini dipilih dengan sasaran pemilik usaha roti bolu, dengan target untuk meningkatkan kapasitas dan wawasan para pelaku usaha mengenai pentingnya foto produk yang baik untuk meningkatkan nilai jual produk roti bolu tersebut.

Kata Kunci : Pemberdayaan, Masyarakat, Foto Produk, Nilai Jual Produk

Abstract

The Online Community Service Lectures from home (KPM-DDR) is a dedication with the aim of learning and collaborating with the community in the era of the Covid-19 outbreak. The KPM is implemented in the Ampean neighborhood of RT 01/RW 03, Tonatan Village, Ponorogo Regency starts on 5 July and ends on 13 August 2021. This activity begins while recognizing the assets or potentials owned in the environment to be used as empowerment for the community. This KPM activity is carried out by applying the Asset Based Community Development (ABCD) procedure, starting with introductions (inculturatons), disclosing information (discovery), knowing assets and identifying opportunities (design), supporting program implementation (define), and reflection. In the Ampean neighborhood, there are several UMKM established by local residence, especially in the food sector, one of which is Roti Bolu “Ciptoroso”. One of the obstacles experienced is in terms of marketing that is less than optimal and still simple. The selected service activities are socialization and training on the marketing process with a focus on product photo innovation to increase the selling value of the product. This activity was chosen with the target of business owners of sponge bread, with the target of increasing the capacity and insight of business actors about the importance of good product photos to increase the selling value of the sponge bread product.

Keywords : Empowerment, Community, Product Photos, Product Selling Value

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, berpengaruh terhadap segala sistem tatanan masyarakat pada berbagai sektor salah satunya dalam sektor perekonomian. Dalam kehidupan bermasyarakat, ekonomi merupakan bagian yang terpenting. Dengan adanya kegiatan ekonomi, maka sumber daya alam serta sumber daya manusia dapat dikelola secara baik dan maksimal. Peningkatan kuantitas akan barang dan jasa serta prospek kerja untuk masyarakat merupakan prioritas utama dari adanya pembangunan ekonomi. Dalam rangka membangun perekonomian daerah melalui kapasitas yang ada serta mempersiapkan membangun ekonomi kawasan, dibutuhkan keterlibatan dari berbagai pihak demi tercapainya pelaksanaan pembangunan ekonomi.

Dalam aktivitas ekonomi tidak jauh dari kegiatan masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan ekonomi. Masyarakat memiliki peran terkait pembangunan nasional, terutama dalam membangun tatanan ekonomi yaitu dalam mendirikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebagai penggerak roda perekonomian, UMKM memegang peranan yang primer yaitu dalam kemajuan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Disisi lain, UMKM merupakan sektor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi dan pengalokasian hasil-hasil ekspansi di Indonesia. Dalam menghadapi persaingan global, UMKM dituntut untuk mampu mempertahankan eksistensinya. Dalam hal ini, harus mampu menciptakan berbagai produk yang kreatif dan inovatif yang dapat diterima masyarakat serta mampu bersaing. UMKM mempunyai keutamaan dalam berbagai bidang dengan pemanfaatan sumber daya alam, baik di sektor pertanian, komoditas, perkebunan, ternak, serta perikanan. Potensi lain yang dimiliki UMKM karena eksistensinya di Indonesia dalam bidang ekonomi yaitu, dapat menyerap tenaga kerja ataupun pengangguran yang belum mendapatkan pekerjaan dan memberikan sumbangsih dalam proses pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB).¹

Kemajuan ekonomi kreatif di Indonesia diharapkan mampu menciptakan masa yang akan datang bagi bangsa ke arah lebih baik dan dapat berkontribusi dalam rangka mengembangkan pertumbuhan ekonomi nasional dan memperluas lapangan pekerjaan. Industri kreatif merupakan bagian dari elemen yang tidak dapat dipisahkan dari ekonomi kreatif.² Ekonomi kreatif memfokuskan pada produksi barang dan jasa yang menyandarkan pada keterampilan, talenta, serta kreativitas sebagai potensi intelektual

¹ Sudati Nur Sarfiah, dkk, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa MSMEs The Pillar For Economy", Jurnal REP (Riset EKonomi Pembangunan) Volume 4 Nomor 2 2019, hlm. 138.

² Silviana Tahalea, "Fotografi Produk Sebagai Sarana Promosi Produk Lampu Untuk Perajin Lampu Di Nitiprayan, Yogyakarta", Seminar Nasional-Pengabdian Kepada Masyarakat, hlm. 41.

sebagai cita-cita bagi perekonomian Indonesia untuk bangkit dan dapat bersaing dalam kancah ekonomi global.

Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR 2021) merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan cara belajar dan bekerja bersama masyarakat saat wabah Covid-19. Kegiatan ini melambangkan suatu wujud pemberdayaan kepada masyarakat untuk menggali potensi dan aset yang telah ada untuk ditingkatkan ke arah yang lebih maju sebagai proses pencarian (*research*) dan sebagai bentuk penyelesaian persoalan yang dihadapi oleh masyarakat. Pelaksanaan kegiatan KPM-DDR 2021 ini berlokasi di Lingkungan Ampean, RT 01/RW 03 Kelurahan Tonatan, Kabupaten Ponorogo mulai tanggal 5 Juli sampai dengan 13 Agustus 2021.

Kabupaten Ponorogo memiliki banyak UMKM lokal yang memproduksi berbagai produk yang kreatif dan inovatif serta dapat diterima oleh konsumen, khususnya di daerah Lingkungan Ampean, Kelurahan Tonatan, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Kabupaten Ponorogo terletak di wilayah Provinsi Jawa Timur. Wilayah ini memiliki letak geografis pada 111° 17' - 111° 52' Bujur Timur dan di sebelah lintang selatan pada 7° 49' - 8° 20' dengan ketinggian mencapai 92 – 2.563 meter di atas permukaan air laut dan memiliki luas sebesar 1.371,78 km². Wilayah yang menjadi batas di sebelah utara Kabupaten Ponorogo antara lain Kabupaten Madiun, Magetan, dan Nganjuk. Adapun dua wilayah yang menjadi bagian dari Kabupaten Ponorogo dengan tingkat dataran yang berbeda, yaitu meliputi daerah Sooko, Pulung, Kecamatan Ngrayun, , dan Kecamatan Ngebel sebagai tempat yang memiliki dataran tinggi serta selain dari ketiga wilayah tersebut merupakan dataran rendah. Terdiri dari hutan dan sawah ladang sedangkan sisanya merupakan area pekarangan warga merupakan sebagian besar area di wilayah ini.³

Lingkungan Ampean adalah lingkungan yang terletak di Kelurahan Tonatan yang memiliki akses jalan raya dan dekat menuju pusat Kabupaten Ponorogo. Lingkungan Ampean merupakan lingkungan yang wilayahnya terdapat beberapa Madrasah Ibtidaiyah (MI) dan dekat dengan pondok Mayak. Sebagian besar wilayah lingkungan Ampean terdapat banyak UMKM yang didirikan masyarakat setempat sebagai mata pencaharian utama. Usaha yang paling banyak didirikan oleh masyarakat adalah di bidang makanan atau kuliner. Salah satu UMKM yang dijadikan tempat untuk kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) adalah UMKM Bolu “Ciptoroso”. Usaha ini memproduksi kue bolu setiap harinya untuk dijual ke toko dan sales langganan. Bolu merupakan kue yang memiliki bahan dasar berupa tepung terigu, gula, dan telur. Cara pembuatan kue bolu pada umumnya menggunakan dua

³ <https://ponorogo.go.id/profil/letak-geografis/>

cara yaitu dipanggang dan dimasukkan kedalam oven. Tingkat keberhasilan pembuatan tersebut diukur dari ketepatan dalam pengadukan adonan yang menyebabkan kue bolu mengembang dengan sempurna.⁴

Dalam mempromosikan produknya, pemilik menggunakan foto produk yang di posting di sosial media seperti Instagram dan Whatsapp. Di era perkembangan teknologi yang semakin pesat serta banyaknya pengguna sosial media, menyebabkan pemilik usaha harus memiliki ide yang kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya melalui sosial media. Sosial media dipilih sebagai wadah untuk memperluas pangsa pasar bagi para pelaku bisnis untuk proses pemasaran yang efektif dan efisien. Promosi dilakukan agar produk yang dijual dikenal oleh masyarakat luas dan meningkatkan nilai penjualan.⁵

Membuat konten dan memasang hasil foto produk ke media sosial, merupakan salah satu prospek dalam proses pemasaran produk. Dalam sosial media, pengguna terutama pemilik usaha tidak hanya dapat memasarkan produknya, akan tetapi juga dapat membagikan berbagai informasi yang atraktif mengenai usaha yang didirikannya. Informasi yang atraktif tersebut antara lain manfaat produk, keunggulan produk tersebut dibandingkan dengan *brand* lainnya, dan lain sebagainya agar menarik serta akan menambah nilai jual suatu produk yang dipasarkan tersebut.

Salah satu permasalahan yang ditemui saat melakukan wawancara dengan pemilik usaha roti Bolu "Ciptoroso" yaitu dalam hal pemasaran. Pemilik usaha yang memasarkan produknya lewat sosial media seperti Whatsapp dan Instagram, hanya mengunggah foto sederhana roti bolu saat selesai proses pengemasan dengan cahaya yang minim. Apalagi saat pandemi seperti ini, masyarakat banyak yang melakukan transaksi jual beli melalui sosial media atau *online* serta hal pertama yang mereka lihat adalah foto produk yang dijual. Foto produk yang baik dengan pencahayaan yang maksimal akan menambah nilai jual dari produk yang ditawarkan. Sebaliknya jika foto produk yang dipaparkan terlihat sederhana, minim pencahayaan, serta produk kurang diunggulkan maka juga akan mengurangi atensi konsumen untuk melakukan pembelian.

Maka dari itu, inovasi dan kreativitas harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha UMKM dalam melakukan promosi dengan memanfaatkan media berbasis *online*. Dengan adanya Kuliah Pengabdian

⁴ Marya Yenny, "Penggunaan Tepung Gaplek Sebagai Substitusi Tepung Terigu Dalam Pembuatan Bolu Kukus", National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018, hlm. 1120.

⁵ Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", Jurnal Common Volume 3 Nomor 1 Juni 2019, hlm. 72.

Masyarakat ini, kelompok kami melakukan inovasi untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha di UMKM Bolu “Ciptoroso” dalam mendokumentasikan fotografi produk yang unik, serta menaikkan tingkat keahlian dalam mengedit foto produk yang kemudian akan dipergunakan sebagai media promosi *online* agar produk roti Bolu “Ciptoroso” yang ditawarkan dapat menarik konsumen yang melihatnya serta memiliki nilai jual yang tinggi.⁶

METODE

Asset Based Community Development (ABCD)

Asset Based Community Development (ABCD) adalah suatu pendekatan dalam ekspansi masyarakat dalam menciptakan kesejahteraan sosial yang mana masyarakat berperan sebagai eksekutor dan juga pembatas dalam usaha pembangunan lingkungan yang acap kali disebut sebagai *Community-Driven Development (CDD)*. Pembangunan dilakukan dengan cara menggali potensi serta kemampuan yang dimiliki untuk dipergunakan. Dengan mengenali potensi serta aset yang dimiliki maka dapat mewujudkan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial yang diharapkan. (LPPM IAIN Ponorogo, 2021, hlm. 20-21).

Pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan aset merupakan sebuah preferensi dari konsep *Asset Based Community Development (ABCD)*. Dalam konteks ini, aset mempunyai definisi sebagai kapasitas yang ada dalam masyarakat, dengan adanya kapasitas yang dimiliki oleh masyarakat maka bisa dijadikan sebagai kekuatan demi merealisasikan program pemberdayaan. Kekayaan yang terdapat dalam diri seperti (intelektual, perhatian, kerjasama, kebersamaan, gotong royong, dan lain sebagainya) ataupun berbentuk Sumber Daya alam (SDA) merupakan bentuk dari sebuah potensi.⁷

Sebagai suatu metode penghampiran dalam pemberdayaan dan ekspansi masyarakat memiliki dasar paradigma yang menjadi karakteristik dan mengarah kepada konteks interpretasi, internalisasi aset, kemampuan, kapasitas, dan pemberdayaan secara independen serta maksimum disebut dengan *Asset Based Community Development (ABCD)*. Penemuan apresiatif, pemetaan populasi (komunitas), penelusuran kawasan (wilayah), pemetaan asosiasi dan institusi, pemetaan aset individu, sirkulasi

⁶ Yudhy S.Purwanto dan Mira Veranita, “Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung”, Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas Vol. 02 No. 02, Maret 2018 ISSN: 2528-2190, hlm. 206.

⁷ Mirza Maulana, “Asset Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat di Desa Wisata Ledok Sambi Kaliurang”, Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam Vol.4, No. 2, Desember 2019, hlm. 261.

keuangan, dan skala prioritas merupakan metode yang digunakan untuk menemukan aset dan mobilisasi aset bagi pemberdayaan masyarakat.

a. Penemuan Apresiatif

Merupakan suatu bentuk eksplorasi untuk menemukan aset serta kekuatan atau potensi yang terdapat di masyarakat dan juga dipandang sebagai sistem yang konkret dalam melakukan perubahan di suatu organisasi yang berlandaskan anggapan bahwa suatu masyarakat mempunyai entitas yang menjadikan masyarakat tersebut dapat hidup berdampingan, efisien, dan berhasil serta dapat saling berhubungan dengan masyarakat lainnya dan stakeholder yang ada.⁸

b. Pemetaan Komunitas

Sebuah pendekatan maupun kaidah untuk memperluas jaringan ke wawasan lokal biasa disebut dengan pemetaan komunitas. Pemetaan komunitas sebagai penggambaran serta cara pandang untuk ikut serta dalam tahapan mempengaruhi tatanan kehidupan masyarakat dengan adanya perputaran informasi dan penyetaraan peluang bagi seluruh elemen masyarakat.⁹

c. Penelusuran Wilayah

Pelaksanaan pemetaan populasi (*community mapping*) beriringan dengan penelusuran wilayah. Hal ini dilakukan dengan menyusuri sepanjang area ataupun wilayah tertentu dengan mendokumentasikan hasil pengamatan dari berbagai hal yang ditemui seperti keragaman terhadap berbagai aset dan peluang yang mampu dilaksanakan.

d. Pemetaan Asosiasi dan Institusi

Asosiasi adalah metode korelasi yang menjadi pijakan adanya organisasi-organisasi sosial di masyarakat yang tercipta dikarenakan beberapa faktor: (1) kesadaran dan keadaan serupa, (2) terdapat hubungan sosial, serta (3) penyesuaian pada arah yang telah ditetapkan. Sedangkan institusi merupakan kaidah mengenai kegiatan masyarakat yang bersifat mengikat dan cenderung lama dan mempunyai kriteria tertentu seperti lambang, poin, aturan main, dan target. (LPPM IAIN Ponorogo, 2021, hlm. 60).

e. Pemetaan Aset Individu

Pemetaan aset individu merupakan kegiatan atau metode untuk mengidentifikasi aset, keterampilan, dan bakat yang dimiliki oleh masyarakat dengan cara pendekatan melalui wawancara, kuisioner, serta *focus grup discussion*.

⁸ Nurul khasanah , "Penerapan Budaya Pengajaran ala Pesantren Di Lingkungan Dusun Sumberejo Lembayan Wetan Magetan", Dimas: Jurnal Pemikiran Agama dan Pemberdayaan Volume 20 Nomor 1, Mei 2020, hlm. 58.

⁹ Nadhir Salahudin dan Dkk, "Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya", Surabaya: LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015), hlm. 52.

f. Sirkulasi Keuangan

Sirkulasi keuangan (*leaky bucket*) merupakan sebuah wadah untuk memperlancar masyarakat, paguyuban penduduk untuk mengidentifikasi, rekognisi, serta menganalisis berbagai aktivitas dan perputaran keluar masuknya ekonomi yang berupa kas, komoditas dan jasa yang mana sulit untuk dipisahkan dari masyarakat.

g. Skala Prioritas

Setelah mengetahui kemampuan dan aset yang dimiliki, maka langkah selanjutnya yaitu dengan penetapan skala kebutuhan dengan cara memberikan tumpuan dan kesempatan kepada masyarakat untuk menentukan aset mana yang akan dijadikan sebagai prioritas utama untuk diwujudkan secara jelas.

Dalam pelaksanaan Kuliah Pengabdian Masyarakat ini, potensi dan aset yang dimiliki di Lingkungan Ampean, Kelurahan Tonatan, Ponorogo adalah sebagian besar penduduknya merupakan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai mata pencaharian masyarakat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan aset yang berharga bagi perekonomian di Indonesia. Pemanfaatan sumber daya alam dengan sumber daya manusia yang mumpuni patut dikembangkan agar terwujudnya tatanan ekonomi yang maju dan dapat bersaing secara global.

Kegiatan yang dilakukan merupakan suatu bentuk rangkaian dari pelaksanaan kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR 2021). Kegiatan dilakukan dengan cara sosialisasi dan wawancara langsung kepada pemilik usaha terkait proses menjalankan usaha, proses pemasaran, serta kendala yang dihadapi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM di Lingkungan Ampean khususnya pada UMKM Roti Bolu “Ciptoroso” agar memaksimalkan pemanfaatan sosial media sebagai media promosi berbasis *online* menggunakan foto dari produk yang menarik agar nilai jual produk Roti Bolu “Ciptoroso” tersebut mengalami peningkatan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Kuliah Pengabdian Masyarakat dilaksanakan di Lingkungan Ampean, RT 01/RW 03 Kelurahan Tonatan, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo pada tanggal 5 Juli sampai dengan 13 Agustus 2021. Langkah awal yang dilakukan oleh kelompok kami yaitu dengan melakukan pengenalan serta penelusuran wilayah terkait tempat pengabdian masyarakat yang selanjutnya dilakukan prosedur observasi di lingkungan tersebut untuk mengetahui substansi dan kemampuan yang dimiliki. Dengan mendapati aset dan potensi yang berkembang di lingkungan tersebut mengindikasikan

bahwa lingkungan Ampean memiliki beberapa usaha atau UMKM yang sebagian besar berfokus di bidang makanan. Setelah mengetahui aset dan kekuatan yang dimiliki oleh lingkungan Ampean, maka kami memulai perencanaan penyusunan kegiatan selanjutnya. Kegiatan yang dilakukan adalah kunjungan industri, sosialisasi, serta wawancara pada salah satu UMKM yang terdapat di lingkungan tersebut yaitu di UMKM Roti Bolu “Ciptoroso”.

Kegiatan ini dilakukan selama dua hari yakni pada hari Rabu, 14 Juli 2021 dan hari Kamis, 15 Juli 2021. Pada hari Rabu tersebut, kami melakukan kunjungan industri dan wawancara secara mendalam kepada Ibu lin selaku pemilik usaha. Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi bahwa usaha Roti Bolu “Ciptoroso” ini didirikan oleh keluarga Ibu lin dan suami selaku pemilik usaha yang sudah turun-temurun sejak lama. Roti bolu memiliki kemasan mika putih transparan dengan isi 11 bolu per bungkusnya. Harga yang ditetapkan roti bolu per bungkusnya yaitu Rp5.000,00 dari pabrik, sedangkan harga pasarannya jika sudah sampai ke sales ataupun toko kelontong seharga Rp6.000,00. Seluruh kegiatan produksi dilakukan sepenuhnya oleh pemilik (Ibu lin dan suami) sebagai pegawai dengan pembagian tugas pada bagian produksi dan dalam proses pengemasan.

Dalam proses pemasarannya, roti bolu dipasarkan melalui sales, toko, dan langganan tetap selain itu juga melakukan promosi sederhana dengan memasang foto produk melalui status di sosial media seperti Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Untuk proses pemasarannya belum bisa dilakukan sepenuhnya dengan *marketplace* dikarenakan roti bolu ini hanya bertahan dalam kurun waktu seminggu. Dalam proses produksi roti bolu, alat yang digunakan sangat memadai dan menunjang dengan baik proses produksi yaitu menggunakan mesin (mesin pengaduk adonan dan oven) dan juga secara manual (mencetak adonan roti bolu ke dalam loyang atau cetakan) untuk mempertahankan kualitas roti bolu yang sudah turun-temurun.

Besarnya skala produksi sebelum terdapat pandemi Covid-19 adalah dalam setiap hari, pemilik dapat melakukan produksi dan terdapat sales yang mengambil roti bolu sekitar 100 bungkus. Saat adanya pandemi Covid-19, pemilik tidak setiap hari melakukan produksi akan tetapi dalam sekali produksi mengalami penurunan yaitu dapat menghasilkan sekitar 60 bungkus dengan isian 11 roti bolu per bungkusnya. Usaha roti bolu ini juga menerima pesanan dari konsumen akan tetapi melihat situasi dan kondisi terkait produksi yang sebelumnya telah dipasarkan kepada sales dan sejumlah toko.



Gambar 1. Sosialisasi dan Wawancara

Setelah dilakukan proses wawancara secara mendalam kepada pemilik usaha, kelompok kami mendapati adanya permasalahan dalam hal pemasaran. Permasalahan yang dihadapi pemilik usaha yaitu foto produk yang digunakan untuk promosi di sosial media masih sederhana dan kurang menarik bagi konsumen. Pasalnya, foto produk merupakan salah satu dari bagian elemen terpenting dalam pemasaran karena foto produk menjadi salah satu hal yang pertama kali dilihat oleh konsumen saat hendak melakukan pembelian suatu produk barang ataupun jasa. Kendati demikian, foto produk merupakan kegiatan yang tidak mudah dan harus membutuhkan keterampilan, kemampuan, pengetahuan, serta peralatan fotografi yang mumpuni agar menciptakan foto produk yang unggul dan memiliki sisi estetika. Tak jarang, pemilik usaha hanya mengunggah foto produknya melalui status di sosial media yang terlihat seadanya dan tidak memperhatikan sisi keunikan, ciri khas dari produk, dan keindahan bagi mata yang memandangnya. Dengan melihat permasalahan yang dihadapi pemilik usaha tersebut, maka kami mulai merencanakan program kerja selanjutnya yaitu dengan melakukan kegiatan foto produk pemasaran Roti Bolu “Ciptoroso” menggunakan media fotografi berupa *smartphone* dengan pemanfaatan intensitas cahaya matahari sebagai pencahayaan produk.

Kegiatan program kerja selanjutnya yaitu dilaksanakan pada hari Kamis 15 Juli 2021, kelompok kami melakukan inovasi foto produk pemasaran Roti Bolu “Ciptoroso”. Inovasi merupakan pembaruan dari produk atau jasa yang telah dipersepsikan oleh konsumen. Menurut Kotler, inovasi tidak hanya dimaknai sebagai pengembangan produk atau jasa baru melainkan juga dapat dimaknai dengan pola pikir bisnis dan metode baru sebagai mekanisme oleh suatu perusahaan untuk berorientasi terhadap lingkungan yang dinamis.¹⁰

¹⁰ Ade Onny Siagian, dkk, “Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital”, Jurnal Pemasaran Kompetitif Volume 3 Nomor 3, Juni 2020, hlm. 45.

Fotografi bersumber dari istilah foto yang memiliki arti sinar dan ilustratif yang memiliki arti gambar. Seiring berkembangnya kemajuan di era teknologi, fotografi merupakan gabungan dari seni, ilmu, dan teknologi yang mempunyai fungsi dan arah baik untuk dokumentasi, eksplorasi, maupun sebagai wadah untuk promosi.¹¹ Saat melakukan foto produk, terdapat beberapa faktor yang sangat mendukung yang harus diperhatikan, antara lain:¹²

- a. Faktor pertama adalah pencahayaan, dengan pencahayaan yang baik maka akan menghasilkan foto produk yang sangat menonjol dan produk terlihat sangat menarik.
- b. Faktor kedua adalah fotografer, fotografer dengan kemampuan yang mumpuni akan menghasilkan foto produk yang maksimal dan menarik sehingga keindahan produk akan terlihat untuk menarik konsumen dan sebaliknya jika kemampuan fotografer kurang maka hasil foto yang dihasilkan juga tidak akan menarik dan akhirnya produk cenderung kurang diminati oleh konsumen.
- c. Faktor ketiga adalah kamera, kamera merupakan alat wajib dalam hal fotografi. Penggunaan kamera tidak harus menggunakan kamera digital dengan faktor pendukung lensa cadangan, akan tetapi bisa juga menggunakan kamera *handphone/smartphone* milik pribadi. Walaupun hanya menggunakan kamera *handphone*, yang penting fotografer sudah memahami dengan baik teknik-teknik dalam pengambilan gambar agar produk terlihat lebih menarik.

Sasaran dari kegiatan ini adalah pemilik usaha Roti bolu “Ciptoroso” yaitu Ibu lin dan suami, dengan tujuan agar dalam proses pemasaran roti bolu dapat memperlihatkan foto produk yang baik, jelas, serta memiliki tingkat pencahayaan yang cukup. Hasil foto produk yang baik akan menambah kesan estetika dan memberikan gambaran yang jelas mengenai tujuan produk tersebut dibuat. Dalam hal ini, foto produk dilakukan dengan menggunakan properti yang sudah dipersiapkan seperti kain polos berwarna coklat sebagai background atau latar belakang foto dan roti bolu yang sudah ditempatkan pada wadah mika coklat dengan diberi sedikit hiasan berupa tanaman hias dan kendi yang mengibaratkan roti bolu dapat dinikmati dengan santai sambil minum teh. Berikut merupakan hasil foto produk dari sebelum diadakan sosialisasi dan pelatihan foto produk kepada pemilik usaha dengan foto produk dari hasil yang telah diajarkan oleh kelompok kami.

¹¹ Diana Evawati dan Ratri Catur Rosyidasari, “Kemampuan Food Photography Terhadap Peningkatan Berwirausaha Dan Omzet Penjualan Produk Kuliner”, Prosiding Conference on Economic & Business Adi Buana University of Surabaya “Budaya Bisnis Berbasis Ekonomi Hijau di Era Revolusi Industri 4.0”, 4 Agustus 2018, hlm. 216.

¹² Yudhy S.Purwanto, Op.Cit.,hlm.208.



Gambar 2. Foto Produk Sebelum Inovasi

Dapat dilihat bahwa, penampilan foto produk Roti Bolu “Ciptoroso” sebelum dilakukan inovasi masih terbilang sederhana. Foto diatas minim dengan pencahayaan dan produk roti bolu kurang jelas serta nama logo usaha kurang terlihat secara jelas. Dengan adanya kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat ini, diharapkan bahwa pelaku usaha terutama pemilik usaha Roti Bolu “Ciptoroso” dapat melakukan pemasaran dengan menggunakan foto produk yang efisien sehingga konsumen menjadi tertarik dan bersedia untuk membeli produk tersebut.



Gambar 3. Foto Produk Setelah Inovasi

Foto produk sesudah dilakukan inovasi terlihat cukup baik dan lebih cerah dari sebelumnya dengan pengambilan angle foto yang tepat serta memperlihatkan konsep yang tertata dengan jelas diharapkan mampu memunculkan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Saat pelaksanaan foto produk ini, kelompok kami menggunakan intensitas pencahayaan dengan memanfaatkan sinar matahari

sebagai bantuan. Dengan begitu, produk terlihat lebih jelas dan memiliki penampilan yang cukup menarik jika diposting di sosial media *online* seperti Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Dalam foto dapat memberikan penjelasan ataupun makna tersirat dengan adanya penggunaan kendi kecil dan cangkir yang mengibaratkan bahwa roti bolu dapat dinikmati saat bersantai bersama keluarga seperti minum teh. Penggunaan foto produk yang baik dari segi bentuk, warna, rasa, dan tekstur tentu saja akan meningkatkan nilai jual terhadap produk yang ditawarkan. Foto produk yang baik, unik, dan mengandung unsur keindahan akan memberikan kadar nilai tambah dibanding dengan para pesaing serta meyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan tersebut sesuai dengan prioritas atau kebutuhan yang diinginkan konsumen.

Dalam sosialisasi dan pemberian pelatihan inovasi terhadap foto produk pemasaran roti bolu ini, pemilik menjadi mengetahui dan mengerti manfaat akan pentingnya penggunaan foto produk yang baik dan unik dalam pemasaran agar nilai jual produk yang ditawarkan meningkat serta pembeli merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan sehingga berlanjut pada proses pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan program kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari rumah (KPM-DDR) yang dilaksanakan di Lingkungan Ampean RT 01/RW 03 Kelurahan Tonatan, Kabupaten Ponorogo mulai tanggal 5 Juli sampai dengan 13 Agustus 2021. Masyarakat menyambut dengan baik program kerja yang dilakukan oleh kelompok kami salah satunya di UMKM Roti Bolu “Ciptoroso”. Salah satu program kerja yang kami laksanakan yaitu dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan terhadap inovasi foto produk sebagai media promosi di sosial media *online* dalam meningkatkan nilai jual produk. Kegiatan tersebut dinilai memberikan dampak yang positif sekaligus solusi bagi pelaku usaha roti bolu terhadap peningkatan proses pemasaran. Adapun kelebihanannya yaitu pemilik usaha menjadi paham akan pentingnya foto produk yang baik dan menarik, sedangkan kelemahannya yaitu dalam kegiatan ini kelompok kami belum sepenuhnya menggunakan peralatan fotografi yang mumpuni sehingga hasil foto kurang begitu maksimal. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan pemilik usaha dapat memperluas pangsa pasarnya ke arah yang lebih baik demi kesejahteraan UMKM di Lingkungan Ampean.

DAFTAR PUSTAKA

Evawati, Diana dan Ratri Catur Rosyidasari. 2018. *Kemampuan Food Photography Terhadap Peningkatan Berwirausaha Dan Omzet Penjualan Produk Kuliner*. Prosiding Conference on Economic & Business Adi Buana University of Surabaya “Budaya Bisnis Berbasis Ekonomi Hijau di Era Revolusi Industri 4.0”. 4 Agustus.

<https://ponorogo.go.id/profil/letak-geografis/>

- Khasanah, Nurul. 2020. *Penerapan Budaya Pengajaran ala Pesantren Di Lingkungan Dusun Sumberejo Lembeyan Wetan Magetan*. Dimas: Jurnal Pemikiran Agama dan Pemberdayaan Volume 20 Nomor 1, Mei.
- LPPM IAIN Ponorogo, (2021). *Buku Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR)*. Ponorogo: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) IAIN Ponorogo.
- Maulana, Mirza. 2019. *Asset Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat di Desa Wisata Ledok Sambu Kaliurang*. Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam Vol.4, No. 2, Desember.
- Puspitarini, Dinda Sekar dan Reni Nuraeni. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. Jurnal Common Volume 3 Nomor 1 Juni.
- S.Purwanto, Yudhy dan Mira Veranita. 2018. *Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung*”, Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas Vol. 02 No. 02. ISSN: 2528-2190.
- Salahudin, Nadhir dan Dkk. 2015. *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya*. Surabaya: LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sarfiah, Sudati Nur dkk. 2019. *UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa MSMEs The Pillar For Economy*. Jurnal REP (Riset EKonomi Pembangunan) Volume 4 Nomor 2.
- Siagian, Ade Onny dan dkk. 2020. *Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital*. Jurnal Pemasaran Kompetitif Volume 3 Nomor 3, Juni.
- Tahalea, Silviana. *Fotografi Produk Sebagai Sarana Promosi Produk Lampu Untuk Perajin Lampu Di Nitiprayan, Yogyakarta*. Seminar Nasional-Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Yenny, Marya. 2018. *Penggunaan Tepung Gablek Sebagai Substitusi Tepung Terigu Dalam Pembuatan Bolu Kukus*. Jakarta: National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development Universitas Bunda Mulia. 5-6 September.