

Pelatihan Foto Produk dan Pemasaran Online untuk Mengembangkan UMKM di Desa Semen

Faridatul Fitriyah¹, Naila Nur Rochmah, Lukman Hakim, Erlina Kurniawati, Tasya Sintiya Rusfadi, Mahdha Viki Arifan, Putri Nur Azizah, Afifah Dzakiyatur Rosyidah, Firynasari, Laila Syafina Avanti, Erika Qothrun Nada, Mochammad Ilham Fahrur Rosy, Muhammad Ali Masykur, Wifqi Ni'matul Ilahi, Ikhroj Biarfiunsta Rizki Ariyanto, Anisatul Hidayah, Hari Dwi Mulyani

IAIN Kediri

Faridatul.fitriyah@gmail.com¹

Article Info

Volume 2 Issue 1
Maret 2024

Article History

Submission: 20-12-2023

Revised: 20-03-2024

Accepted: 28-03-2024

Published: 31-03-2024

Kata Kunci:

MSME Training, Online Marketing, Product Photos, Participatory Action Research, Cement Village

Keywords:

Pelatihan UMKM, Pemasaran Online, Foto Produk, Participatory Action Research, Desa Semen



Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

The aim of this service is to improve the economic level of the Cement Village community through product photo training and online marketing. The method used is participatory action research (PAR), which actively involves the community in every stage of its implementation. Based on the data collected, the development of MSMEs in Cement Village has not been stable due to the lack of adequate forums and support for MSME actors. Therefore, the training provided covers various important aspects, such as creating logos, product photos, business identity numbers (NIB), halal certification, and online marketing. The results of the questionnaire show that online marketing and product photos are the topics most interesting to MSMEs. After attending training, MSME players succeeded in having a logo and product photo, which is the first step before proceeding to online marketing. The media used in online marketing training are popular platforms such as Facebook, Instagram, and WA Business. With this program, it is hoped that the people of Cement Village can be more advanced in marketing their products effectively so that they can improve the local economy significantly.

Abstrak

Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan taraf perekonomian masyarakat Desa Semen melalui pelatihan foto produk dan pemasaran online. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahap pelaksanaannya. Berdasarkan data yang dikumpulkan, perkembangan UMKM di Desa Semen belum stabil akibat kurangnya wadah dan dukungan yang memadai bagi para pelaku UMKM. Oleh karena itu, pelatihan yang diberikan mencakup berbagai aspek penting, seperti pembuatan logo, foto produk, Nomor Identitas Berusaha (NIB), Sertifikasi Halal, dan pemasaran online. Hasil angket menunjukkan bahwa pemasaran online dan foto produk adalah topik yang paling diminati oleh pelaku UMKM. Setelah mengikuti pelatihan, para pelaku UMKM berhasil memiliki logo dan foto produk, yang merupakan langkah awal sebelum melanjutkan ke pemasaran online. Media yang digunakan dalam pelatihan pemasaran online adalah platform populer seperti Facebook, Instagram, dan WA Business. Dengan adanya program ini, diharapkan masyarakat Desa Semen dapat lebih maju dalam memasarkan produk mereka secara efektif, sehingga dapat meningkatkan perekonomian lokal secara signifikan.

1. PENDAHULUAN

Desa Semen memiliki potensi dalam bidang perekonomian, sebagian besar masyarakat Desa Semen bermata pencaharian sebagai pedagang namun sangat disayangkan dalam hal

pemasaran produk yang mereka lakukan belum cukup ideal, salah satu hal penyebabnya adalah kurang pemahaman masyarakat terhadap pemasaran *online* sedangkan permintaan pasar yang menginginkan inovasi baru seiring berkembangnya teknologi pada masa sekarang (Fauzi & Zurohman, 2023). Hal ini menjadi cikal bakal pemikiran tim pengabdian KKN IAIN KEDIRI 2023 tentang program kerja yang akan dilaksanakan yaitu, pelatihan foto produk dan pemasaran *online* sebagai upaya pengembangan UMKM di Desa Semen.

Program kerja tim pengabdian KKN IAIN KEDIRI 2023 mengupayakan masyarakat dapat bangkit dalam bidang perekonomian, nantinya masyarakat akan diberikan sebuah pemahaman tentang pentingnya sebuah foto produk dan pemasaran *online* (Zakaria et al., 2023). Ada banyak kelebihan yang terdapat pada pemasaran produk berbasis internet (pemasaran *online*) bila dibandingkan dengan pemasaran produk secara konvensional yang harus membawa produk barang tersebut ke pasar (Sella et al., 2023). Keunggulan utama pemasaran *online* adalah biaya yang sangat murah dibandingkan pemasaran model konvensional.

Program kerja ini mengarah kepada pelatihan pengembangan masyarakat untuk mengembangkan kemampuan para pelaku UMKM. Sehingga para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya lebih efektif dengan mengandalkan basis teknologi internet yang sudah ada (Andini et al., 2024). Adanya pelatihan ini diharapkan membawa perubahan pola pikir masyarakat tentang pemasaran produk mereka dan meningkatkan *volume* penjualan untuk menambah pendapatan sebagai pelaku UMKM, yang nantinya dapat meningkatkan taraf perekonomian masyarakat.

2. METODE

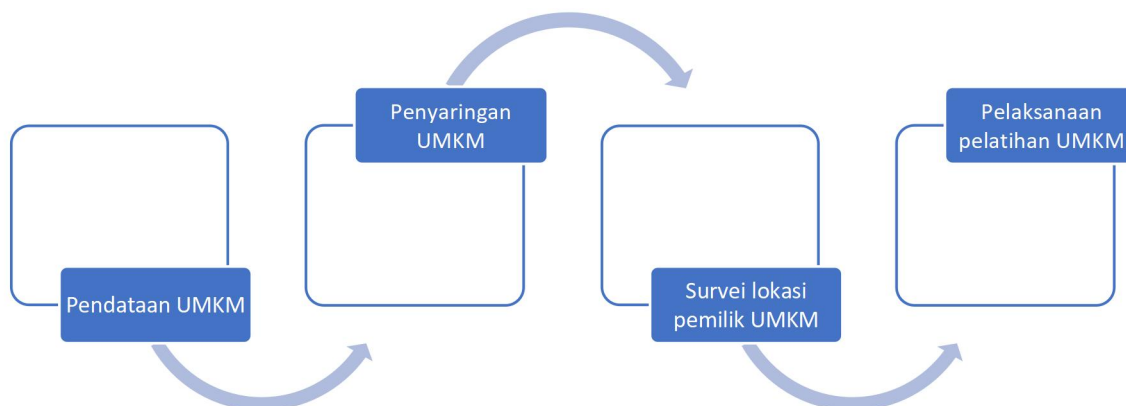
Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan jenis pendekatan PAR (*Participatory Action Research*). PAR adalah sebuah metode riset yang dilaksanakan dan melibatkan masyarakat atau suatu komunitas sebagai pelaksanaan PAR-nya sendiri (Zunaidi, 2024). Pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan antara lain yaitu perangkat, masyarakat desa Semen yang mempunyai UMKM dan tim pengabdian KKN IAIN KEDIRI 2023 di Desa Semen. Dalam jurnal pengabdian ini jenis pendekatan PAR digunakan karena dengan melihat potensi di masyarakat yang ada, kemudian dapat dikembangkan dengan partisipasi dari masyarakat dan pihak terkait maka dapat mengubah keadaan sosial yang ada menjadi lebih baik. Di dalam kegiatan tersebut tim pengabdian ikut serta bekerja sama dengan masyarakat.

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Semen, Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri tepatnya tanggal 5 sampai 6 Agustus 2023. Bentuk kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan terhadap UMKM mengenai foto produk dan pemasaran *online*.

Metode pelaksanaan yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a. Pendataan UMKM melalui perangkat desa setempat.
- b. Penyaringan UMKM melalui diskusi kelompok.
- c. Survei lokasi pemilik UMKM berdasarkan hasil penyaringan.
- d. Pelaksanaan pelatihan UMKM berupa foto produk dan pemasaran *online*.

Kegiatan pengabdian ini merupakan suatu upaya dalam menyampaikan pengetahuan dan praktik tentang pembuatan foto produk serta pemasaran *online* yang sesuai bagi para pelaku UMKM. Selain itu, dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang manfaat dari pemasaran *online* di era sekarang ini.



Gambar 1. Bagan proses pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian KKN IAIN Kediri melakukan pendataan UMKM dengan cara mendatangi perangkat Desa Semen. Tujuan diadakan pendataan UMKM ini adalah untuk memahami potensi dan tantangan pengusaha mikro di wilayah Desa Semen.

Jumlah data UMKM yang diberikan oleh perangkat Desa Semen berjumlah 37 UMKM dan sudah mencakup keseluruhan UMKM yang berada dalam 9 RW di Desa Semen. Sebagian besar UMKM bergerak dalam bidang makanan atau minuman, namun juga ada yang bergerak dalam bidang kerajinan.

Tabel 1. Daftar UMKM Desa Semen Kec. Semen Kab. Kediri

No.	Nama UMKM	Nama Pemilik	Alamat
1	Usaha Kerupuk	Bapak Malem	RT 1 RW 1
2	Donat	Bu Wati	RT 2 RW 1
3	Rengginang	Bu Kam	Jl. Beku Satu RT 3 RW 3
4	Batik	B. Wati	Gg. Sukun Jl. Slamet Riyadi RT 2 RW. 3
5	Aneka Kue	Wahyu Cell	Jl. Slamet Riyadi RT 2 RW 3
6	Tas Rajut	Bu Asiyah	Jl. Beku Satu
7	Opak Gambir	Bu Adiniah	RT 3 RW 5
8	Tahu Susu	Mas Oksandrian	RT 1 RW 5
9	Cenil	Mbak Yekti	Jl. Argowilis RT 1 RW 6
10	Krupuk Pasir Upil	Pak Toyib	Jl. Argowilis RT 1 RW 6
11	Kue Basah (Lia Catering)	Bu Kurnilia	Jl. Argowilis RT 5 RW 8
12	Kotak Sanggan	Bu Syarofah	Jl. Argowilis RT 3 RW 8
13	Es Tebu	Bu Kholisoh	Gang Kopen RT 1 RW 1
14	Bakso	Pak Rahmat	RT 2 RW 1
15	Kedai Siomay	Pak Ali Topa	RT 2 RW 1
16	Peyek	Bu Ponirah	RT 3 RW 1
17	Es Jeruk Peras	Bu Yati	Jl. Beku 2 RT 2 RW 2
18	Bakso	Bu Lilik	Jl. Slamet Riyadi
19	Jajanan Kids	Mbak Khusnul	Jl. Beku Satu
20	Es Jeruk	Pak Rudi	RT 1 RW 5
21	Ayam Geprek	Bu Indana	Jl. Argowilis RT 2 RW 6
22	Pentol	Rio	RT 1 RW 7
23	KFC	Bu Dwi Setyowati	RW 8
24	Es Tebu	Pak Syari	Jl. Argowilis RT 5 RW 8
25	Tahu Walik	Bu Bibah	RW 4
26	Frozen Food	Pak Sholeh	Jl. Beku 2 Gg Mushola RT 2 RW 2
27	Krupuk	Bu Siti Munawaroh	RT 1 RW 7
28	Donat	Bu Parni	Dsn. Semen RT 1 RW 4
29	Madu	Pak Yanto	Jl. Argowilis RT 5 RW 8
30	Susu Jelly	Bu Riana	A11 No. 8 RT 2 RW 9

31	Catering	Karin	Jl. Slamet Riyadi RT 1 RW 3
32	Catering	Bu Sumari	RT 2 RW 4
33	Catering	Pak Bambang	RT 3 RW 5
34	Catering	Bu Siti Munawaroh	Dsn. Bajang RT 1 RW 7
35	Catering	Bu Roimah	Dsn. Bajang RT 2 RW 7
36	Catering	Pak Puji	A4 RT 21 RW 9
37	Catering	Pak Anang	D3 RT 2 RW 9

Kegiatan penyaringan dilaksanakan setelah tim pengabdian KKN IAIN Kediri melaksanakan pendataan melalui perangkat desa. Tim pengabdian KKN IAIN Kediri melanjutkan diskusi secara kelompok untuk mendapatkan hasil yang memuaskan terkait penyaringan data UMKM. Proses penyaringan ini bertujuan guna mendapatkan data yang memenuhi kriteria UMKM yang bergerak pada bidang makanan, minuman maupun kerajinan.

Survei lokasi dilakukan setelah penyaringan UMKM Desa Semen melalui diskusi kelompok, tim pengabdian KKN IAIN Kediri melakukan survei lokasi ke pemilik UMKM. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui lokasi pemilik UMKM dan produk usaha yang dimiliki. Di samping itu, tim pengabdian melakukan wawancara kepada pemilik UMKM apakah sudah memiliki logo, foto produk, NIB, sertifikasi halal dan pemasaran produknya.



Gambar 2. Survei dan Pendataan UMKM

Pada pelaksanaan kegiatan pelatihan ini peserta diharapkan mampu untuk mengoptimalkan seluruh potensi produk UMKM. Kegiatan yang dilakukan pada pelatihan yaitu praktik pembuatan logo, praktik pembuatan foto produk dan pemasaran *online*. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 05 Agustus 2023 pada jam 14.00-16.00 dan pada hari Minggu, tanggal 06 Agustus 2023 pada jam 09.00-11.00. Dalam kegiatan pelatihan tim pengabdian langsung menunjukkan bagaimana langkah-langkah pembuatan logo, foto produk dan pemasaran *online* kepada peserta. Selanjutnya, tahap pelatihan pemasaran *online* tim pengabdian memberikan tiga pilihan kepada peserta yakni, aplikasi untuk pemasaran *online*, mulai dari *WhatsApp Business*, *Marketplace (Facebook)* dan *Instagram* yang kemudian didampingi dalam pengoperasian aplikasi sesuai minat masing-masing peserta.

Dari pelatihan yang dilaksanakan para peserta langsung mempraktikkan sendiri cara pembuatan logo, foto produk yang bagus, sesuai dan menarik (Zunaidi, Maghfiroh, & Setiawan, 2024). Selain itu, peserta juga lebih mengenal cara memasarkan produknya di era sekarang ini yaitu dengan pemasaran *online* yang meliputi *WA Business*, *Facebook (marketplace)* dan *instagram*.

Pelatihan ini diikuti oleh tiga orang peserta. Hasil yang didapat dari pelatihan tersebut terdapat tiga poin utama mulai logo, foto produk dan pemasaran *online*.



Gambar 3. Pelatihan Foto Produk

Logo dan foto produk sangat penting untuk menarik pelanggan baik dipasarkan secara konvensional atau *online*. Sebelum mencapai tahap pemasaran *online*, para pelaku UMKM harus memiliki logo dan foto produk terlebih dahulu. Kesan yang diterima oleh konsumen pertama kali dilihat dari logo dan foto produk, hal ini juga akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang di tawarkan. Logo dan foto produk para pelaku UMKM belum dapat menarik minat konsumen untuk dipasarkan *online*, karena mereka fokus berjualan secara konvensional (Zunaidi, Maghfiroh, & Azmi, 2024). Sebelum dilaksanakannya pelatihan, para pelaku UMKM belum mempunyai logo, sehingga setelah pelaksanaan pelatihan para pelaku UMKM mampu membuat logo sesuai dengan pelatihan yang telah diikutinya. Berikut hasil dari pelatihan pembuatan logo:



Gambar 5. Hasil Pelatihan Logo

Begitupun juga hasil dari pelatihan foto produk sebelum dan sesudah pelatihan:

BEFORE



Gambar 7. Before Foto Produk

AFTER



Gambar 8. After Foto Produk

Foto produk menjadi komponen wajib bagi setiap usaha termasuk UMKM. Dengan adanya foto produk sebuah produk akan mudah dikenal oleh konsumennya dan menjadi pembeda dibanding produk sejenisnya.

Tahap terakhir dari pelaksanaan pelatihan yaitu pemasaran *online*. Sebelum adanya pelatihan para pelaku UMKM belum memahami beberapa *fiture* terbaru tentang pemasaran *online*. Setelah pelatihan pelaku UMKM sudah memahami *fiture* terbaru pemasaran *online*, misalnya pembuatan akun instagram.

4. KESIMPULAN

Tim pengabdian KKN IAIN Kediri melaksanakan sebuah pelatihan pembuatan foto produk dan pemasaran *online*. Pemilihan pelatihan tersebut berdasarkan hasil angket yang telah diisi oleh pelaku UMKM Desa Semen. Dalam pelaksanaan pelatihan tersebut diikuti oleh para pelaku UMKM, sebagian besar bergerak dalam bidang makanan atau minuman, namun juga ada yang bergerak dalam bidang kerajinan. Kegiatan pelatihan ini dapat meningkatkan pemahaman tentang pembuatan logo, foto produk dan pemasaran *online* yang pada akhirnya mampu menarik minat konsumen akan produk yang ditawarkan. Setelah dilaksanakannya pelatihan maka akan mendapatkan hasil yaitu peserta dapat mempraktikkan sendiri cara membuat logo, foto produk. Di era digital saat ini pemasaran *online* merupakan salah satu cara yang efektif untuk menawarkan produk, karena pemasaran *online* memiliki jangkauan yang lebih luas, hal tersebut akan memudahkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya. Sebelum dilaksanakan pelatihan, para pelaku UMKM belum memiliki logo dan foto produk serta belum memahami mekanisme pemasaran *online*, setelah itu tim pengabdian melakukan pelatihan yang pada akhirnya para pelaku UMKM memiliki logo dan foto produk serta wawasan tentang pemasaran *online*. Sehingga para pelaku UMKM bisa memasarkan produknya melalui *fiture* pemasaran *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, P., Fiqhiyyah, N., Handayani, P. A., & Khotimah, R. K. (2024). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Accurate Online pada UMKM CV Putra Wijaya. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 28–33.
- Fauzi, M. F., & Zurohman, A. (2023). Pengoptimalan Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Platform Online Shop pada Komunitas Kreatif Ibu-ibu di Kecamatan Wonotunggal. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 475–479.
- Sella, W. M., Aulia, W. N., Sari, W., Afif, Z. A. N., Visabillah.S.T, Z., & Faiza, N. A. R. (2023). Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Bersama Ibu-Ibu Binaan UMKM Chabi Craft. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3).
- Zakaria, M., Isti, S., Pertiwi, R. A., Firda, A., Alvin, C. K., Muna, A. I., & Marbiyanti, R. (2023). Pendampingan Perbaikan Packaging sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM “ Mak Plengeh ” di Desa Blabak , Pesantren ,. *Welfare*, 1(1), 25–31. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/380/259>
- Zunaidi, A. (2024). *METODOLOGI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.

<http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/1030>

Zunaidi, A., Maghfiroh, F. L., & Azmi, N. A. M. (2024). The Role of Gusdurian Peduli's Philanthropic Actions in Overcoming the Economic Turbulence of Communities Affected by COVID-19. *Tsaqafah*, 20(1). <https://doi.org/doi.org/10.21111/tsaqafah.v20i1.9943>

Zunaidi, A., Maghfiroh, F. L., & Setiawan, F. (2024). Empowering Local Communities through Zakat to Achieve Sustainable Development Goals. *IQTISHODUNA*, 20(1), 53–54.