

Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Visual dalam Upaya Peningkatan Ekonomi UMKM Makanan, Fashion, Mebel Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah

**Mellasanti Ayuwardani*¹, Bagus Yunianto Wibowo², Nanang Adie Setyawan³,
Vinda Setya Kartika⁴, Hamsar Suci Amalia⁵**

^{1,2,3}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, Indonesia

⁴Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Semarang, Indonesia

⁵Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia

*e-mail: mellasantiayuwardani@polines.ac.id¹, bagusyuniantowibowo@polines.ac.id²,
nanangadie@polines.ac.id³, vinda.setyakartika@gmail.com⁴, hamsar.suciamalia@mesin.pnj.ac.id⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi telah membiasakan kita untuk menikmati hasil visual yang menarik, tidak terkecuali penggunaan teknologi dalam dunia bisnis dan pemasaran. Masyarakat mulai berlomba-lomba menyajikan visual yang mampu menarik para pelanggannya. Pengabdian kali ini ditujukan untuk membantu mengatasi masalah UMKM KPM PKH Graduasi Kecamatan Suruh Kabupaten Semarang meski sudah paham akan pentingnya visual yang menarik namun belum mampu mewujudkannya. Pengabdian dilakukan kepada 5 anggota UMKM KPM PKH Graduasi Kecamatan Suruh Kabupaten Semarang dengan melakukan pendampingan dalam memanfaatkan teknologi visual. Tim pengabdian juga berusaha menyediakan beberapa perlengkapan dan peralatan guna mendukung pembuatan visual pemasaran produk yang menarik. Kelima UMKM itu terdiri dari UMKM dengan usaha kuliner (Kue dan Keripik), Reseler Baju dan usaha kerajinan (Mebel). Dalam pelatihan pembuatan foto produk langsung menggunakan produk yang dimiliki oleh UMKM. Hasil yang diperoleh dalam pengabdian ini yaitu, 5 anggota UMKM KPM PKH Graduasi Kecamatan Suruh Kabupaten Semarang memiliki kemampuan dasar dalam menciptakan visual foto pemasaran yang menarik. Visual pemasaran yang menarik dapat menarik pelanggan meski produk yang kita jual sederhana.

Kata Kunci: Digital Marketing, Foto, Pemasaran Produk, Visual Produk

Abstract

Technological advancements have accustomed us to enjoying appealing visual content, including its application in business and marketing. Society increasingly strives to present visuals capable of attracting customers. This community service initiative aimed to address the challenges faced by UMKM KPM PKH Graduasi in Suruh District, Semarang Regency, who, despite understanding the importance of engaging visuals, have yet to implement them effectively. The program involved five UMKM members from this group, providing guidance on utilizing visual technology. The team also provided essential tools and equipment to support the creation of appealing product marketing visuals. These five UMKM represent businesses in culinary (cakes and chips), clothing reselling, and handicrafts (furniture). The training focused on practical product photography using the participants' own products. As a result, all five UMKM members acquired basic skills in creating attractive marketing visuals. Effective visual marketing can successfully draw customers, even for simple products.

Keywords: Digital Marketing, Photography, Product Marketing, Product Visuals

1. PENDAHULUAN

Era Industri 5.0 ditambah pasca Pandemi Covid-19 menuntut para pengusaha tidak terkecuali UMKM untuk lebih pintar dan lebih kreatif dalam memasarkan dan menjualkan produknya melalui sistem online. Tidak sedikit masyarakat saat ini yang lebih aktif di dunia online dari pada dunia offline. Persaingan yang meningkat dengan produk yang sama di dunia online sangat membutuhkan keahlian dalam penjualan. Masyarakat yang telah termanjakan dengan visual dunia digital, menjadi tantangan yang lebih pula untuk para UMKM dalam memasarkan bisnisnya.

Digitalisasi menjadi salah satu kunci pertumbuhan UMKM, diperoleh data Kemenkop pada tahun 2023, 20 juta pelaku UMKM yang sudah terintegrasi dalam ekosistem digital. UMKM go digital meningkat setiap tahunnya, berdasarkan data yang diperoleh dari BPS statistic (2022) dan Kemenkop (2023) tahun 2019 terdapat 8 juta UMKM yang sudah go digital dan meningkat mencapai 21,8 juta UMKM pada tahun 2023. Berdasarkan katadata (2022) jumlah usaha e-commerce di dominasi oleh pulau jawa di 3 peringkat teratas.

Foto produk menurut Beon (2022) adalah visualisasi yang menggambarkan suatu barang untuk ditampilkan kepada konsumen dimana pada setiap proses dan teknik pengambilan gambar produk yang menarik. Adanya gambar produk akan memberikan banyak manfaat bagi para penjual terutama dalam meningkatkan jumlah penjualan. Oleh karena itu kualitas foto harus menjadi bahan pertimbangan dan perhatian khusus, terutama bagi UMKM untuk meningkatkan keuntungan bisnisnya.

Pada pengabdian sebelumnya, tim pengabdian masyarakat telah melaksanakan pengabdian terkait legalitas usaha dan digital marketing kepada 20 UMKM KPM PKH di Kecamatan Suruh Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Namun saat pelatihan digital marketing, UMKM yang mengikuti pelatihan tidak memiliki foto yang menarik untuk di posting di media sosial yang mereka miliki. Dan saat pengabdian sebelumnya pun dirasa masih kurang efektif karena pelatihan dilakukan ke 20 orang UMKM yang memiliki dasar pengetahuan tentang teknologi yang minim dan umur yang rata-rata 40 tahun keatas yang dimana harus pelan-pelan dan terfokus pada beberapa UMKM saja saat mengajarkan. Tidak hanya keterbatasan pengetahuan dalam membuat foto pemasaran yang menarik namun juga peralatan yang mendukung UMKM untuk lebih kreatif dalam membuatnya. Foto-foto sederhana yang dibuat dan digunakan UMKM untuk memasarkan produknya di dunia digital seperti contoh gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Contoh Koleksi Foto Produk Salah Satu UMKM dan Kondisi UMKM

Pada gambar 1 dapat dilihat kondisi dan cara UMKM memfoto produknya, ada yang bahkan hanya seperti terkesan hanya memfoto kondisi apa adanya. Oleh sebab itu, Tim pengabdian kepada masyarakat mengusulkan kegiatan pendampingan dan penerapan teknologi pembuatan foto pemasaran kepada 5 UMKM KPM PKH Graduasi Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang. Visualisasi yang menarik sangat berperan penting terhadap kemajuan usaha terutama dalam penjualan di era yang serba digital. Pengabdian ini juga hanya berfokus kepada 5 UMKM KPM PKH Graduasi Kecamatan Suruh yang terpilih, agar pendampingan dapat berjalan lebih efektif.

2. METODE

Pengabdian masyarakat dilakukan dalam memecahkan masalah UMKM menciptakan visualisasi menarik yang akan digunakan sebagai salah satu alat pemasaran. Pengabdian masyarakat ini dilakukan karena masih minimnya kesadaran dan pengetahuan UMKM dalam

mengelola pemasaran visual terutama dalam pemanfaatannya didunia digital. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu menerapkan metode praktik atau demonstrasi dengan memberikan pengetahuan penggunaan alat, penataan produk dan pemanfaatan aksesoris yang tersedia serta pemanfaatan aplikasi digital. Pendampingan dan praktik dilakukan dengan menggunakan telepon genggam masing-masing UMKM yang memiliki fasilitas untuk menghasilkan foto. Langkah-langkah yang dilakukan oleh tim dalam memberikan pendampingan dan demonstrasi diawali dengan memberikan pengetahuan dasar mengenai tata letak, keseimbangan, kesesuaian atau kesatuan serta makna dan arti warna dalam visual bisnis. Langkah berikutnya dengan melakukan demonstrasi penataan produk beserta aksesoris dan penggunaan alat pendukung yang telah disediakan dalam pembuatan foto produk yang menarik, kemudian tim pengabdian mendampingi UMKM untuk mencoba melakukannya secara mandiri. Langkah terakhir dalam menciptakan visual yang menarik, tim pengabdian memberikan pengetahuan dan demonstrasi penggunaan aplikasi instan mempercantik visual foto dimana dalam pengabdian kali ini menggunakan aplikasi canva, dan dilanjutkan dengan mendampingi UMKM untuk dapat mengelolanya atau memanfaatkannya secara mandiri. Evaluasi dalam kegiatan ini adalah terciptanya visual pemasaran produk yang memiliki pencahayaan yang baik, tertata dan terhias dengan menonjolkan produk, editing foto dengan tetap mempertimbangkan nuansa warna khas produk, untuk selalu dapat digunakan dan dibuat secara mandiri oleh setiap UMKM yang mengikuti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan beberapa tahap dengan didahulukan pemberian sambutan oleh ketua tim pengabdian. Tahapan-tahapan selanjutnya dalam pelaksanaan pengabdian yaitu:

3.1. Pemberian Materi

Pemberian materi diisi oleh Mellasanti Ayuwardani, S.K.M., M.M. dengan menyampaikan seluruh materi yang dibutuhkan untuk menciptakan visual promosi produk yang menarik. Materi yang diberikan meliputi kesatuan, keseimbangan, proporsi penggunaan warna beserta maknanya, penataan produk beserta aksesorisnya untuk hasil foto produk yang menarik. Penyampaian penataan produk dilakukan juga dengan memperkenalkan sekaligus memperagakan penggunaan alat yang diperlukan untuk menunjang pembuatan foto yang menarik seperti box studio foto dan lampu studio. Penyampaian aplikasi untuk pengeditan foto supaya lebih menarik, dan dalam pengabdian ini menggunakan aplikasi canva. Pelaksanaan pemberian materi tergambar pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Pemberi Pelaksanaan Pemberian Materi

3.2. Peragaan Pembuatan Foto Produk

Sesi berikutnya setelah seluruh materi diberikan, tim pengabdian mulai untuk melakukan demonstrasi pembuatan foto produk dan editing foto produk bersama dengan UMKM. Tim

pengabdian tidak hanya melakukan demonstrasi tetapi juga melakukan pendampingan kepada UMKM agar dapat menghasilkan visual pemasaran yang menarik secara mandiri. Sesi peragaan terlihat pada gambar 3 berikut ini:

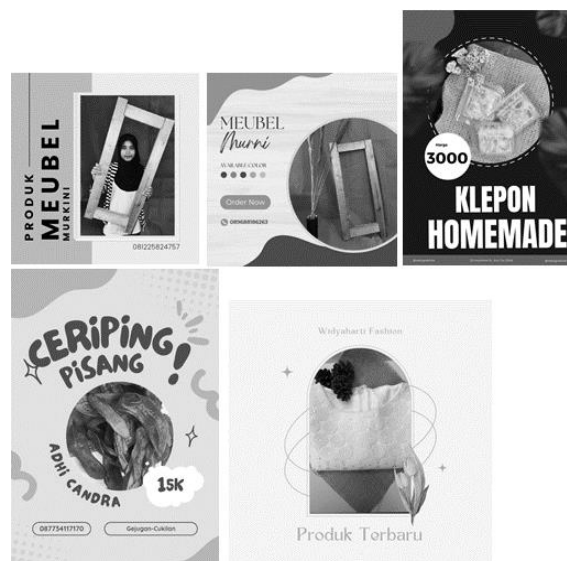


Gambar 3. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Foto Produk UMKM

UMKM dalam melakukan pembuatan visual produk untuk pemasaran, juga dengan menggunakan alat-alat yang diberikan oleh tim pengabdian agar dapat langsung bisa merasakan penggunaan alat secara mandiri. UMKM diminta untuk langsung mempraktekan dengan menggunakan alat yang disediakan, agar nantinya alat yang diberikan bisa selalu terpakai oleh UMKM termasuk aksesoris yang disediakan. Setelah melakukan sesi peragaan, UMKM diminta untuk mencoba melakukan editing foto menggunakan aplikasi canva agar foto menjadi visual yang lebih menarik untuk digunakan sebagai alat pemasaran secara visual. Perbandingan hasil visual UMKM sebelum dan sesudah mendapatkan pelatihan seperti pada gambar 4 dan 5 berikut ini:



Gambar 4. Hasil Visual UMKM Sebelum Mendapatkan Pelatihan



Gambar 5. Hasil Visual UMKM Setelah Mendapatkan Pelatihan, Pendampingan dan yang Siap Digunakan

Gambar 4 dan gambar 5 merupakan perbandingan hasil visual UMKM sebelum dan sesudah mendapatkan pelatihan dan pendampingan. Pada perbandingan gambar 4 dan 5 memiliki perbedaan yang mencolok, mulai dari penataan produk saat di foto, hasil foto dan pencahayaan, sampai pada editing foto dimana visual pada gambar 4 belum dilakukan editing untuk memperindah penampilan visual pemasaran tersebut. Hasil-hasil yang diperoleh, sesuai dengan pengakuan salah satu UMKM yaitu ibu Widyaharti pemilik UMKM Retail Fashion merasa lebih percaya diri dalam melakukan pemasaran produk secara digital dan lebih semangat lagi menciptakan visual-visual produk untuk dipakai dalam melakukan pemasaran produk.

3.3. Pemberian Bantuan

Pelaksanaan pengabdian disambut sangat baik dengan antusias dari UMKM untuk dapat segera menghasilkan visual produk untuk pemasaran yang menarik yang dilakukan secara mandiri. Hasil visual dalam pengabdian dan seterusnya diharapkan dapat selalu menjadi alat penunjang UMKM untuk melakukan pemasaran digital produknya. Gambar 5 merupakan momen serah terima barang penunjang pembuatan visual pemasaran dari tim pengabdian kepada UMKM.



Gambar 5. Serah Terima Bantuan Alat Kepada UMKM

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang diikuti oleh pemilik UMKM (KPM Graduasi) Kecamatan Suruh Kabupaten Semarang, berjumlah 5 Peserta yang bergerak dalam bidang usaha: kuliner, fashion dan mebel. Bantuan yang diberikan untuk dapat melakukan praktek pembuatan visual foto produk yaitu Stand Holder Handphone; Properti; Ring light LED lamp Ringlight tripod; box studio foto. Dari bantuan tersebut diharapkan peserta bisa secara mandiri mampu meningkatkan kemampuan dalam melakukan Digital Marketing terutama dalam hal pembuatan foto produk yang menarik termasuk editing visual yang siap dipakai untuk promosi produk mereka serta sebagai solusi mengikuti perkembangan teknologi. Hasil yang diperoleh dalam pengabdian masyarakat ini yaitu 5 UMKM (KPM Graduasi) Kecamatan Suruh Kabupaten Semarang memiliki kemampuan dasar dalam menciptakan visual pemasaran produk yang menarik serta memiliki tampilan visual pemasaran produk yang layak untuk digunakan. Pada pengabdian berikutnya, diharapkan dapat memperkenalkan *artificial Intelligence* pada UMKM terutama dalam hal visual pemasaran agar dapat dimanfaatkan oleh UMKM sehingga UMKM lebih inspiratif dan dipermudah dalam menciptakan visual pemasaran yang menarik dan mampu bersaing di dunia digital.

DAFTAR PUSTAKA

Ayuwardani, M., A Alhafizd, MD Kamal, RW Febrian, S Wibowo. (2025). Mengkomunikasi Visual Bisniskan UMKM dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*. 3 (1), 315-323.

- Ayuwardani, M., BY Wibowo, NA Setyawan. (2021). Analysis of Mie Gacoan Customer Loyalty through Customer Experience and Perceived Quality. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. 5 (2). 936-945.
- Ayuwardani, M., BY Wibowo, NA Setyawan. VS Kartika. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Komunitas Kpm Graduasi Kecamatan Suruh. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. 5 (1).
- Ayuwardani, M., BY Wibowo, NA Setyawan. VS Kartika, HS Amalia. (2024). Penerapan Teknologi Pembuatan Vidio Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi UMKM Makanan, Fashion, Mebel Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*. 2 (1). 67-70.
- Ayuwardani, M. (2021). The impact of Compensation and Work Environment towards the Employee Performances Mediated by the Job Satisfaction. *Jurnal Admisi dan Bisnis*. 22 (1). 13-24.
- BPS. (2023). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Hamzah, B. Uno. (2008). *Model Pembelajaran Menciptakan Proses Belajar Mengajar yang Kreatif dan Efektif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jacobsen, A., Paul Eggen, Donald Kauchak. (2009). *Methods for Theaching Metode-Metode Pengajaran Meningkatkan Belajar Siswa TK-SMA*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Katadata Insight Center. (2023, September 29). *10 provinsi dengan usaha e-commerce terbanyak 2022*. Jakarta: Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/09/29/10-provinsi-dengan-usaha-e-commerce-terbanyak-2022>
- Kemenkop UKM. (2023–2024). *Laporan Realisasi Program BPUM dan KUR*.
- Sudjana. (2005). *Metode dan Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Falah Production.
- Wahyu, C. et al. (2021). *Pengembangan Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Dusun Sawohan Sidoarjo*, 01(02), pp. 1–7.
- Intermedia, Beon. (2022). *Foto Produk: Pengertian, Manfaat, Jenis, dan Tips Foto*. <https://www.jagoanhosting.com/blog/foto-produk/>
- Purnamasari, E., M Ayuwardani. (2022). Peningkatan Produktivitas Usaha melalui Kegiatan Pendampingan Sosial sebagai Rangkaian Program Kewirausahaan Sosial pada Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 4 (2). 176-184.
- Setiawan, A., M Ayuwardani, I Malebra, BY Wibowo. (2022). Penerapan Manajemen Layanan “Value Co-Creation” pada Usaha Pangkas Rambut “Madura” Kota Semarang Sebagai Solusi Masalah UMKM Di Masa Pandemi Covid 19. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. 4 (1).
- Setyawan, N.A., BY Wibowo, M Ayuwardani. (2021). Analysis Of Entrepreneurship Interest On Business Productivity. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. 5 (1). 628-639.
- Setyawan, N.A., M Ayuwardani, BY Wibowo, VS Kartika, I Malebra. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan & Produktivitas Bagi Komunitas KPM PKH. *Jurnal Abdimas Mandiri*. 7 (2). 69-76
- Wibowo, BY, A Setiawan, I Malebra, BS Nugroho, M Ayuwardani, E Sulistiyani, Aimi Anuar. (2022). Digital Marketing Training In The" Madura" Barbershop Business In Semarang City As A Solution To Msmes' Problems In The Era Of The Marketing Revolution 5.0. *International Journal of Community Service*. 2 (4). 407-412.
- Wibowo, BY, M Ayuwardani. (2021). Quality of Online Learning Services in Graphic Design And Publishing Courses During The Covid-19 Pandemic. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*. 3 (2). 148-156.