



Pelatihan Foto Produk UMKM Wayang Golek Sebagai Upaya Promosi Pasca Pandemi Covid-19

Santi Sidhartani¹, Dendi Pratama², Agung Zainal M. Raden*³,
Muhamad Iqbal Qeis⁴

¹²³⁴Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni,
Universitas Indraprasta
Email: agung.zainalmr@unindra.ac.id

Article History:

Received: November

Revised: November

Accepted: Desember

Available Online: Desember

Kata Kunci: *foto produk,
promosi, tegalwaru, UMKM,
wayang golek,*

Abstrak:

Covid-19 yang melanda beberapa negara berdampak pada perlambatan ekonomi. UMKM di Indonesia terkena dampak paling signifikan. Pandemi yang diikuti dengan Pembatasan Sosial Skala Besar ini membuat para pelaku UMKM banyak merumahkan pekerjanya. Golek Waris, salah satu UMKM di wilayah Tegalwaru, mengalami hal serupa. Sejak Covid-19 melanda pada pertengahan Maret 2020, UMKM ini harus menghentikan produksinya yang mengakibatkan penjualan menurun dan pendapatan negatif. Era kenormalan baru yang dicanangkan oleh pemerintah mulai memberikan harapan bagi UMKM untuk menghidupkan kembali perekonomian. Maka dari itu, artikel ini bertujuan untuk berbagi pengalaman Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan dalam memberikan edukasi untuk membantu UMKM melalui pelatihan foto produk agar mereka mempersiapkan promosi produk yang nantinya akan digunakan di pasar yang tersedia sehingga wayang golek sebagai produk unggulan Desa Tegalwaru bisa kembali bersaing di pasar pasca pandemi Covid-19.

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 telah menyebar dengan kecepatan yang mengkhawatirkan, menginfeksi jutaan orang dan membuat aktivitas ekonomi hampir terhenti karena negara-negara memberlakukan pembatasan ketat sehingga kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi terhambat secara signifikan. Dengan bertambahnya jumlah korban kesehatan dan manusia, kerusakan ekonomi sudah terbukti dan merupakan guncangan ekonomi terbesar yang dialami dunia dalam beberapa dekade (World Bank, 2020). Dampak ekonomi akibat pandemi Covid-19 juga dirasakan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini karena UMKM menempati posisi yang strategis dalam perekonomian secara umum (Sugiri, 2020). Pelaku UMKM pun merasakan dampak langsung berupa penurunan omset penjualan dikarenakan adanya himbauan pemerintah dan penerapan PSBB yang menghimbau masyarakat untuk tetap melakukan isolasi mandiri di rumah. Hal ini mengakibatkan banyaknya UMKM yang harus berhenti beroperasi untuk sementara waktu (Hardilawati, 2020). UMKM sebagai salah satu penunjang bagi perekonomian di Indonesia mengalami penurunan yang cukup tajam baik dalam jumlah produksi maupun tenaga kerja. Padahal, masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri (Djarmiko & Pudyastiwati, 2020).

Salah satu cara UMKM bertahan dalam masa pandemik adalah dengan mengoptimalkan perkembangan teknologi. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mendukung penggunaan sistem perdagangan elektronik atau *e-commerce* sebagai solusi bagi koperasi dan para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam memasarkan produknya di tengah Pandemi Covid-19 (Marlinah, 2020). Pemanfaatan media sosial yang menjangkau konsumen melalui daring dapat menekan biaya promosi (Khasanah, 2020).

Golek Waris merupakan salah satu UMKM di desa Tegalwaru Bogor yang terdampak Pandemi Covid-19 ini. UMKM ini memiliki usaha berupa produksi wayang golek. Desa Tegalwaru merupakan sebuah kampung wisata bisnis UMKM yang mengangkat beragam produk industri dan tersebar di

masyarakatnya dalam bentuk usaha-usaha mikro dan usaha kecil (Qeis, Raden, Sidhartani, & Pratama, 2019). Kondisi saat ini, Golek Waris masih memproduksi namun tidak sebanyak sebelum pandemi. Beberapa inovasi telah dilakukan untuk dapat tetap bertahan (*stay afloat*) dalam menghadapi ketidak-pastian pasar akibat pandemi. Salah satunya dengan cara diversifikasi produk dan transformasi material. Transformasi pada material dilakukan untuk tempelan kulkas dan wayang modular yang merupakan inovasi produk baru dari Golek Waris yang semula hanya memproduksi wayang golek kayu untuk pertunjukan wayang. Hal ini dilakukan agar produksi dapat dilakukan secara efektif dan optimal.

Golek Waris terus melakukan produksi, bahkan beberapa melakukan transformasi. Wayang golek yang semula dibuat dari bahan dasar kayu pun kemudian ditransformasi dan dicetak menggunakan resin agar dapat diproduksi secara bersamaan untuk mengantisipasi permintaan pasar. Untuk mendukung usaha pemasaran pasca pandemi, perlu dilakukan terobosan untuk kembali meningkatkan ekonomi. Promosi dan penjualan produk pun mulai difokuskan melalui *marketplace* sebagai bentuk dari *e-commerce*. Namun, melalui *e-commerce*, pelaku usaha harus mampu mengemas pemasaran produk sebaik mungkin dikarenakan konsumen akan menilai melalui kualitas tampilan produk sebagai pertimbangan untuk membeli produk. Foto produk yang baik menjadi penentu bagi penjualan disebabkan ketidak mampuan konsumen untuk berinteraksi langsung dengan produk sehingga pembeli akan menilai kualitas produk dari tampilan visual yang ada di *marketplace*.

Artikel ini mendeskripsikan kegiatan pengabdian masyarakat terkait masalah UMKM dan kesiapan menghadapi *e-commerce* yang dilakukan dalam bentuk pelatihan foto produk di UMKM Wayang Golek Tegalwaru, Golek Waris. Pelatihan ini merupakan salah satu dari rangkaian kegiatan terpadu pengabdian masyarakat yang mengusung wayang golek dari Desa tegalwaru sebagai produk unggulan daerah dari Bogor. Pelatihan foto produk ini dilakukan agar UMKM mampu menampilkan produk yang menarik secara visual sehingga dapat menarik pembeli dan menunjang penjualan produk di tengah pandemi. Selain itu, pelatihan ini juga dilakukan untuk mempersiapkan *softskill* bagi pengembangan SDM di UMKM wayang golek Desa Tegalwaru

agar dapat siap menghadapi teknologi daring dan *e-commerce* yang semakin marak digunakan masyarakat di tengah pembatasan sosial ini.

Metode

Pelatihan foto produk ini difokuskan kepada penggunaan *smartphone* yang sudah dimiliki oleh masyarakat. Pelatihan terdiri dari pelatihan akan pemahaman tentang *angle* dan perspektif, serta penggunaan *softbox* sebagai pengganti sederhana dari studio lighting untuk menunjang pencahayaan. Pemilihan *smartphone* sebagai alat tangkap gambar disebabkan perkembangan teknologi pada kamera *smartphone* yang mampu menjadikan setiap penggunaannya secara psikis memiliki kemampuan dalam fotografi, dimana dengan peran *hardware* dan *software* yang dimiliki mampu memberikan hasil dengan kualitas gambar yang baik (Tanjung, 2019). Selain itu, penggunaan *smartphone* dalam pengambilan foto akan lebih mudah dipelajari oleh masyarakat penggerak UMKM dibandingkan pemakaian kamera manual atau DSLR (*Digital Single Lens Reflex*) yang membutuhkan dana besar dan keterampilan khusus.

Hasil

Memotret produk saat ini tidak harus menggunakan kamera khusus seperti kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflex*), tapi dapat mengoptimalkan perangkat kamera yang disematkan dalam telepon selular cerdas (*smartphone*). Teknologi dalam ponsel cerdas telah mengubah secara drastis norma, budaya serta perilaku individu dan gaya hidup. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada dalam alam pikir seseorang yang cenderung berbau dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis (Tanjung, 2019). Ponsel cerdas berhubungan erat dengan kehidupan sehari-hari manusia. Alasan pemilihan jenis ponsel tertentu biasanya berhubungan dengan fitur yang diusung oleh ponsel cerdas tersebut, salah satunya kamera. Banyak produsen ponsel cerdas menawarkan fitur kamera yang sangat berkelas. Selain kamera, prosesor dan memori, antarmuka jaringan, dan banyak lagi sistem operasi yang tangguh seperti Windows Phone, Google Android, Apple iOS, dan lain sebagainya. Selain itu, jaringan seluler

smartphone telah berkembang dari jaringan GSM menjadi 4G (Xia et al., 2015). Terhubungnya ponsel cerdas ke jaringan selular membuat pengguna ponsel cerdas dapat langsung berbagi foto yang dihasilkannya. Dengan dukungan kualitas kamera yang disematkan pada *smartphone*, sekarang ini semua orang adalah fotografer, karena mereka mampu menghasilkan foto yang bagus (Tanjung, 2019). Perangkat yang digunakan adalah ponsel cerdas Realme C15 dan *softbox* Godox Led Mini Studio LSD-60 (Double Light Mini Studio) seperti terpampang pada gambar 1.



Gambar 1. Led Mini Studio LSD-60

Pelatihan dimulai dengan petunjuk pengoperasian *softbox* agar penggiat UMKM dapat mengoperasikan tata cahaya yang tepat dalam foto produknya dan meningkatkan kualitas gambar yang diambil melalui *smartphone*. Setelah itu, produk kemudian dimasukkan ke dalam *softbox* dan posisinya diatur sedemikian rupa sehingga dapat menampilkan *angle* yang menarik. Setelah didapat *angle* tepat, *workshop* dilanjutkan dengan cara pengaturan cahaya untuk menerangi produk untuk menghasilkan tampilan yang baik.



Gambar 2. Peletakan produk dan pengoperasian *softbox*

Setelah produk dirasa memiliki posisi yang baik, proses selanjutnya adalah penggunaan ponsel cerdas (*smartphone*) dalam pengambilan gambar seperti ditunjukkan pada gambar 3. Pelatihan pengambilan gambar ini melakukan penekanan pada kestabilan tangan dalam pengambilan gambar sehingga kualitas foto tajam. Petunjuk pengoperasian kamera dan perspektif foto untuk menentukan jarak seperti *close-up* dan *extreme close-up* pun diajarkan melalui *workshop* agar mampu menampilkan detail produk sehingga dapat menarik calon pembeli nantinya. Ketika foto sudah disematkan di dalam *marketplace*.



Gambar 3. Mengajarkan kestabilan dalam menggunakan Ponsel Cerdas



Gambar 4. Hasil Foto

Gambar 4 memperlihatkan beberapa hasil foto yang diambil oleh SDM dari UMKM Wayang Golek Tegalwaru, Golek Waris. Dapat dilihat bahwa ketajaman gambar yang dihasilkan sudah cukup baik walaupun hanya menggunakan kamera sematan pada ponsel cerdas dan tidak menggunakan kamera DSLR. Permainan *angle* dan jarak pengambilan gambar pun mempengaruhi kualitas dimulai dari *close up*, *medium shot*, dan *long shot* yang masing-masing memfokuskan pada bagian wajah, badan, dan keseluruhan tampak dari produk wayang golek ini. Penggunaan *softbox* sebagai pengganti sederhana dari *studio lighting* tampak mumpuni karena mampu menampilkan kilau khas dari produk wayang golek yang menjadi andalan dari Golek Waris yaitu Teknik pewarnaan keemasan.



Gambar 5. Foto Wayang Golek Sebelum Pelatihan (kiri) Foto Wayang Golek Setelah Pelatihan (kanan)

Gambar 5 memperlihatkan contoh hasil foto wayang golek sebelum dan setelah pelatihan. Sebelum pelatihan, foto wayang golek pencahayaan seadanya, gambar kurang menarik bila dipasang di *marketplace* atau media sosial. Gambar 5 sebelah kanan memperlihatkan foto wayang golek dengan pencahayaan yang cukup baik dan gambar sangat menarik. Dalam hal ini, terlihat adanya peningkatan mutu SDM yang didapat oleh pihak UMKM wayang golek Desa Tegalwaru. Peningkatan kualitas SDM ini juga terlihat dari pre-test dan post-test yang dilakukan menggunakan pertanyaan terbuka dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kepada mitra yang diwakili oleh Yudi dan Mang Aris sebagai SDM yang melaksanakan pelatihan. Hasil pre-test dan post-test dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test dalam pelatihan foto produk

No.	Pertanyaan	Pre-Test		Post-Test	
		Yudi	Aris	Yudi	Aris
1.	Apakah peserta paham cara penggunaan kamera <i>smartphone</i> dalam pengambilan foto?	Paham	Tidak	Paham	Paham
2.	Apakah peserta tahu mengenai <i>softbox</i> dan paham cara pengoperasiannya?	Tidak	Tidak	Tahu dan Paham	Tahu namun belum begitu paham
3.	Tahukah peserta mengenai jenis-jenis <i>angle</i> dan <i>shot</i> dalam pengambilan gambar?	Tidak tahu	Tidak Tahu	Tahu	Tahu

Tabel 1 memperlihatkan hasil yang berbeda dari pelatihan foto produk ini. Yudi yang berusia 22 tahun tampak lebih mudah menerima materi pelatihan terkait penggunaan teknologi *smartphone* dan *softbox* dibandingkan Mang Aris yang berusia 54 tahun. Hal ini memperlihatkan bahwa kesiapan suatu UMKM dalam menghadapi perubahan dan perkembangan teknologi dipengaruhi oleh usia dari SDM yang berada di dalamnya. Adanya *generation gap* terkait penggunaan teknologi sehari-hari antar usia SDM di UMKM memiliki pengaruh untuk keberlangsungan suatu UMKM. Dengan program pengabdian masyarakat ini, selain diharapkan dapat membantu UMKM Desa Tegalwaru menghadapi maraknya desakan *e-commerce* terutama akibat tekanan pandemi COVID-19 ini, diharapkan juga dapat membantu mahasiswa untuk membekali diri mereka dengan semangat membangun desa dan usaha kecil menengah sehingga dapat menjadi pilar penting di masa depan untuk memajukan perekonomian di Indonesia.

Kesimpulan

Pelatihan menghadapi *e-commerce* sangatlah penting bagi keberlangsungan UMKM yang mengalami kesulitan akibat cepatnya arus

perkembangan teknologi dan lebih memilih jalur pemasaran konvensional. Dalam pelatihan ini, ditekankan teknik fotografi sederhana melalui penggunaan ponsel cerdas agar tidak membebani UMKM baik dalam hal dana untuk penyediaan alat foto seperti DSLR maupun dalam hal pembelajaran penggunaan dan pengoperasian kamera. Eksplorasi *angle*, *lighting*, perspektif, dan kestabilan pengambilan gambar menjadi fokus dalam pelatihan ini. Tujuan akhir pelatihan adalah agar pelaku UMKM, dalam hal ini SDM di UMKM Golek Waris, mampu menghasilkan tampilan visual foto produk yang dapat menarik konsumen untuk sehingga penilaian kualitas produk diharapkan akan meningkat. Hasil dari pelatihan memperlihatkan bahwa adanya peningkatan kualitas hasil pengambilan foto dan juga adanya *transfer of knowledge* dari pemateri kepada peserta pelatihan. Dalam hal ini, target utama dari pengabdian masyarakat ini tercapai walau tidak seefektif yang diharapkan karena tidak semua peserta memahami secara mendalam mengenai pengoperasian teknologi fotografi.

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis menghaturkan apresiasi dan mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah memberi dukungan finansial Tahun ke-2 terhadap penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Branding Kelompok Pengrajin Wayang Golek di Desa Tegalwaru Bogor untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Ekonomi Kreatif” dengan kontrak Nomor 100/SP2H/PPM/DRPM/2020 Tanggal 16 Maret 2020. Ucapan terima kasih juga dihaturkan kepada LLDIKTI Wilayah III dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indraprasta PGRI yang telah membantu kegiatan penelitian ini melalui Kontrak Penelitian Nomor 005/LL3/AM/2020 tanggal 23 Maret 2020 dan Surat Perjanjian/Kontrak Penelitian UNINDRA 002/SKP2M/LPPM/UNINDRA/III/2020 tanggal 26 Maret 2020.

Daftar Referensi

Djarmiko, A., & Pudyastiwi, E. (2020). Hambatan dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia dalam Menghadapi

- Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 8(3), 117–123.
- Hardilawati, W. Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Khasanah, N. (2020). Upaya Pemulihan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan pada Pengrajin Anyaman Pandan. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 1(1), 26–29.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *JURNAL EKONOMI*, 22(2), 118–124.
- Qeis, M. I., Raden, A. Z. M., Sidhartani, S., & Pratama, D. (2019). Kerajinan Wayang Golek sebagai Produk Unggulan Daerah untuk Pemberdayaan Ekonomi Desa Tegalwaru. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 180–188. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.3140>
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Tanjung, M. R. (2019). Fotografi Ponsel (Smartphone) Sebagai Sarana Media Dalam Perlembangan Masyarakat Modern. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 1(2), 224–234.
- Verdon, J. (2020). As Toy Sales Soar During The Pandemic, Mattel Falls Short. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.forbes.com/sites/joanverdon/2020/05/05/as-toy-sales-soar-during-the-pandemic-mattel-falls-short/#1a9914346108>
- World Bank. (2020). The Global Economic Outlook During the COVID-19 Pandemic: A Changed World. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/06/08/the-global-economic-outlook-during-the-covid-19-pandemic-a-changed-world>
- Xia, F., Hsu, C.-H., Liu, X., Liu, H., Ding, F., & Zhang, W. (2015). The power of smartphones. *Multimedia Systems*, 21(1), 87–101. <https://doi.org/10.1007/s00530-013-0337-x>