



PELATIHAN DASAR *DIGITAL MARKETING* DAN *PRODUCT PHOTOGRAPHY* BAGI UMKM DI DESA BAREJULAT

Baiq Azqiana Satirah¹, Rismayani², Baiq Harly Widayanti³, Nurul Fikriati Ayu Hapsari⁴

¹Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Muhammadiyah Mataram

²Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Muhammadiyah Mataram

³Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Muhammadiyah Mataram

⁴Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Muhammadiyah Mataram

Email: b.azqiana.s@gmail.com

ABSTRAK

Desa Barejulat merupakan desa di Kecamatan Jonggat yang paling banyak masyarakatnya bekerja ke luar negeri sebagai TKI ataupun TKW dengan jumlah mencapai 607 orang. Padahal jumlah UMKM di Desa tersebut mencapai 273 UMKM. Dari segi jumlah UMKM seharusnya dapat membuka peluang lapangan pekerjaan yang lebih banyak. Namun, banyak UMKM yang sulit berkembang karena kurang mengikuti perkembangan zaman. Terbatasnya ketersediaan lapangan pekerjaan merupakan salah satu faktor pendorong masyarakat memilih untuk menjadi TKI atau TKW. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa pelatihan digital marketing dan product photography merupakan upaya yang dapat dilakukan guna meningkatkan kapasitas UMKM yang ada di desa tersebut sehingga dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi dan mendorong perkembangan UMKM. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan Participation Action Research (PAR) yang dilaksanakan dengan adanya partisipasi masyarakat melalui adanya sosialisasi serta pemberian materi dan pelatihan. Hasil dari kegiatan ini di antaranya adalah peningkatan pengetahuan masyarakat tentang digital marketing dan juga dasar dalam melakukan product photography.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Product Photography, UMKM*

BASIC TRAINING IN *DIGITAL MARKETING* AND *PRODUCT PHOTOGRAPHY* FOR MSMES IN BAREJULAT VILLAGE

ABSTRACT

Barejulat Village is a village in Jonggat District where most of their people work abroad as TKI or TKW with a total of 607 people. Even though the number of MSMEs in the village reached 273 MSMEs. Based on the number of MSMEs should be able to open up more job opportunities. However, many MSMEs find it difficult to develop because they do not keep up with the times. The limited availability of jobs is one of the factors driving people to choose to become TKI or TKW. Community service activities in the form of digital marketing and product photography training are efforts that can be made to increase the capacity of MSMEs in the village so that they can optimize the use of technology and encourage the development of MSMEs. The method used in this activity is Participation Action Research (PAR) which is carried out with community participation through outreach and the provision of materials and training. The results of this activity include increasing public knowledge about digital marketing and also the basis for conducting product photography.

Keyword: *Digital Marketing, MSMEs, Product Photography*



Copyright©2021

Riwayat Artikel

1. Diterima : 12 Agustus 2023
2. Disetujui : 20 September 2023
3. Dipublikasikan : 28 Oktober 2023

A. PENDAHULUAN

Desa Barejulat merupakan desa yang terletak di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa Barejulat yang memiliki luas wilayah sebesar 5,51 km² terdiri dari 11 dusun di antaranya yaitu: Dusun Panti, Dusun Renjase, Dusun Dasan Lekong, Dusun Bat Rurung, Dusun Timuk Rurung, Dusun Paok Naning, Dusun Lengkok Bunkate, Dusun Gubuk Panda, Dusun Bung Kawang, Dusun Timuk Gawah, dan Dusun Loang Sawak. Tercatat bahwa jumlah penduduk yang ada di Desa Barejulat sebanyak 6.991 jiwa dengan jumlah rumah tangga sebanyak 2.333 KK.

Berdasarkan informasi dan data yang diperoleh, Desa Barejulat merupakan desa yang paling banyak masyarakatnya bekerja ke luar negeri sebagai TKI ataupun TKW. Data terakhir tercatat sebanyak 607 orang yang berasal dari Desa Barejulat bekerja ke luar negeri sebagai TKI dan TKW. Angka tersebut merupakan angka tertinggi untuk jumlah TKW dan TKI di Kecamatan Jonggat. Secara statistik, jumlah kepala keluarga yang bekerja di desa tersebut sebanyak 70%, sedangkan sisanya adalah kepala keluarga yang tidak bekerja. Mayoritas pekerjaan masyarakat di Desa Barejulat adalah sebagai petani sebanyak 49,24%, penduduk yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 1,93%, menjadi PNS/TNI/Polisi sebanyak 7,13%, pegawai swasta 2,35%, wiraswasta 1,51%, dan pekerja lepas sebesar 9,56%. Sisanya adalah masyarakat yang tidak bekerja ataupun telah pensiun dari pekerjaannya (Badan Pusat Statistik, 2020).

Berdasarkan kondisi di Desa Barejulat maka beberapa permasalahan yang terjadi di antaranya adalah jumlah TKI yang ada di Desa Barejulat merupakan yang terbanyak di Kecamatan Jonggat. Pada tahun 2019, tercatat bahwa 316 laki-laki dan 291 perempuan yang menjadi TKI, ini berarti jumlah keseluruhan TKI yang ada di Desa Barejulat mencapai 607 jiwa. TKI memang merupakan pahlawan devisa negara, akan tetapi hal tersebut juga memiliki dampak negatif. TKW yang berada sangat jauh dari rumah serta dalam jangka waktu yang lama tentunya dapat mengakibatkan dampak negatif di tengah keluarga atau masyarakat. Hal tersebut lambat laun akan mempengaruhi keharmonisan rumah tangganya, kurangnya perhatian

terhadap anak, dan peningkatan potensi perselingkuhan bahkan menikah lagi, yang tak jarang berujung pada perceraian. Minimnya pengawasan terhadap tumbuh kembang anak, sehingga perhatian dan pendidikan anak-anak tidak bisa optimal dapat menyebabkan putusnya pendidikan anak (Anggraini, Monanisa, & Afarat, 2020).

Selain itu, sebanyak 30% kepala keluarga di Desa Barejulat tidak bekerja sehingga tingkat pengangguran cukup tinggi. Kondisi ini akan berpengaruh pada pembangunan dan kondisi ekonomi Desa Barejulat. Tingginya tingkat pengangguran akan berakibat pada penurunan pendapatan masyarakat, penurunan ketertarikan untuk dijadikan sebagai lokasi investasi, penurunan penerimaan desa, penurunan keterampilan masyarakat, serta biaya sosial yang meningkat (Sejati, 2020). Kurangnya keterampilan masyarakat dalam mengembangkan jangkauan pemasaran produk sehingga tidak dapat mendukung pengembangan UMKM yang sudah berkembang di Desa Barejulat. Keterbatasan dalam pemasaran produk mempengaruhi tingkat penghasilan yang didapatkan oleh pelaku usaha.

Potensi Desa Barejulat adalah pertanian dimana luas lahan sawah sekitar 380 ha dengan komoditas berupa: padi, jagung, kacang tanah, kacang kedelai dan sayuran. Selain memiliki potensi pertanian Desa Barejulat juga memiliki potensi peternakan berupa ternak sapi, kerbau, kuda, kambing dan unggas. Potensi desa ini telah dijadikan oleh beberapa UMKM dijadikan sebagai bahan baku produk olahan kuliner. Salah satu upaya Pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 adalah dengan adanya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Arliman S, 2017).

UMKM yang ada di Desa Barejulat jenisnya beragam mulai dari UMKM olahan makanan dan minuman, UMKM kerajinan, UMKM barang dari tenun dan sebagainya. Jumlah UMKM di Desa tersebut mencapai 273 UMKM (Pemerintah Desa Barejulat, 2022). Meski begitu, masih banyak UMKM yang sulit berkembang karena kurang mengikuti perkembangan zaman. Keadaan tersebut terkadang membuat UMKM hanya memproduksi produk secara terbatas karena dikhawatirkan kurang maksimalnya jangkauan pemasaran yang bisa dilakukan

oleh masyarakat. Keterbatasan kemampuan masyarakat dalam memasarkan produk serta memperluas jangkauan pemasaran berdampak pada kurangnya produk UMKM yang dipasarkan, pendapatan masyarakat terbatas dan pada akhirnya mempengaruhi tingkat pendapatan serta kesejahteraan masyarakat dan pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi ialah rangkaian usaha dalam perekonomian untuk mengembangkan berbagai macam kegiatan ekonomi guna menjadikan infrastruktur yang tersedia menjadi semakin banyak dan diikuti oleh berkembangnya perusahaan, taraf pendidikan yang tinggi sehingga teknologi pun menjadi semakin meningkat. Pertumbuhan ekonomi merupakan proses perubahan kondisi perekonomian suatu negara secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu (Sukirno, 2006).

Keterbatasan UMKM dalam pemasaran produk diakibatkan karena kurangnya keterampilan masyarakat dalam tahapan pemasaran. Perkembangan teknologi saat ini membuat pemasaran produk dapat menggunakan berbagai media sosial online, sehingga jangkauan pemasaran dapat lebih luas. Harapannya dengan jangkauan pemasaran yang semakin luas akan dapat meningkatkan jumlah permintaan produk di Desa Barejulat, sehingga mampu membuka lapangan pekerjaan lain bagi masyarakat dan secara langsung akan dapat berdampak pada pengurangan angka pengangguran, angka kemiskinan serta mampu menurunkan angka masyarakat yang menjadi TKI/TKW.

Berdasarkan hal tersebut maka tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas UMKM, sehingga UMKM di Desa Barejulat dapat lebih memanfaatkan teknologi dalam memperluas jangkauan produk dan mengembangkan usaha, yang tentunya akan berpengaruh pula kepada tingkat pendapatan serta jumlah tenaga kerja yang dapat terserap.

B. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Participatory Action Research (PAR). Yoland Wadworth berpendapat bahwa, Participatory Action Research (PAR) merupakan istilah yang memuat seperangkat asumsi yang mendasari paradigma baru ilmu

pengetahuan dan bertentangan dengan paradigm pengetahuan tradisional atau kuno. Secara harafiah PAR adalah participatory yang memiliki arti partisipasi atau turut serta, action adalah aksi atau kegiatan, sedangkan research adalah penelitian. Definisi PAR adalah peran serta kegiatan penelitian oleh peneliti dalam subjek penelitian (Afandi, 2014). Beberapa langkah yang dilakukan sebagai bentuk upaya pemecahan masalah yang ada di Desa Barejulat di antaranya adalah dengan melakukan observasi, melakukan identifikasi masalah, merumuskan masalah, melaksanakan kegiatan pelatihan, serta mengevaluasi output.

Adapun proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat
Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat menyesuaikan dengan solusi yang diberikan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di Desa Barejulat.
2. Penyepakatan program kegiatan
Penyepakatan program kegiatan dilakukan dengan melibatkan sekitar 10 pelaku usaha UMKM sebagai sasaran dan pihak Desa Barejulat yang memfasilitasi kegiatan.
3. Memberikan sosialisasi dan pelatihan
Rencana bentuk intervensi yang akan diberikan kepada masyarakat yang menjadi sasaran adalah dengan memberikan sosialisais untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan serta pelatihan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat. Pelatihan yang diberikan yaitu pelatihan pemanfaatan teknologi berupa digital marketing serta dasar teknik product photography.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Kebutuhan Masyarakat

Langkah awal yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mengidentifikasi kebutuhan masyarakat. Identifikasi bertujuan agar dapat mengetahui kebutuhan masyarakat dan kegiatan pengabdian yang dilakukan dapat menjadi solusi dari pemecahan masalah tersebut.

Identifikasi kebutuhan masyarakat dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara, maupun pengumpulan data. Pemerintah desa ikut berperan aktif dalam tahap identifikasi ini. Hal tersebut dikarenakan pihak pemerintah desa yang paling mengetahui kondisi atau gambaran secara menyeluruh dari Desa Barejulat.

Keputusan yang kami dapatkan dari proses identifikasi kebutuhan masyarakat adalah dengan melakukan pelatihan dengan materi tentang digital marketing dan juga product photography. Materi tersebut didasari oleh banyaknya UMKM yang ada di Desa Barejulat yang masih belum terbiasa memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran produk mereka.

Perkembangan teknologi yang ada saat ini tentu mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat. Bukan hanya dapat berkomunikasi dengan jarak jauh, bahkan saat ini sudah merupakan hal yang lumrah untuk melakukan kegiatan transaksi secara daring. Adanya perkembangan tersebut, secara tidak langsung mendorong para pelaku usaha agar dapat beradaptasi dengan kondisi teknologi yang semakin canggih.

Proses modernisasi seperti penggunaan teknologi pada setiap aktivitas digital telah menimbulkan banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat. Pengaruh globalisasi yang bersifat transnasional yang dipadukan dengan perkembangan teknologi yang pesat, mengubah segala aspek kehidupan manusia secara global terutama di Indonesia (Danurahman & Kusdarini, 2021). Teknologi merupakan proses peningkatan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk yang tidak lepas dari produk lain yang telah ada serta menjadi bagian integral dari suatu sistem (Miarso, 2007). Teknologi memiliki peran dalam membantu bahkan hingga menggantikan pekerjaan manusia pada beberapa aspek. Di antaranya yaitu pertanian, konstruksi bangunan, hingga teknologi informasi serta komunikasi. Adanya perkembangan dari teknologi informasi dan komunikasi ini mendukung perkembangan pada media sosial (Witro & Putri, 2018). Terdapat peningkatan yang signifikan setiap tahunnya pada perkembangan teknologi. Tujuan dari adanya pengembangan teknologi adalah untuk memudahkan serta membantu aktifitas

manusia agar lebih efektif dan efisien ketika bekerja (Wibowo & Raharjo, 2019).

Adanya revolusi industri 4.0 serta era society 5.0 yang mengarah ke perkembangan teknologi memberikan dampak pada dunia industri terutama di sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu yang berperan pada pembangunan perekonomian daerah. Apabila terjadi resesi pada ekonomi dunia atau Indonesia, hal tersebut tidak berdampak pada pelaku UMKM. UMKM masih dapat berjalan dan berkembang dengan peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara. Oleh karena itu, untuk mendukung kemajuan pembangunan daerah serta keberlangsungan usahanya, UMKM tersebut harus dapat mengikuti perkembangan teknologi terutama pada bidang bisnis digital (Febriyanto & Arisandi, 2018). Adanya perkembangan teknologi mendorong para pelaku usaha agar mampu beradaptasi terhadap perubahan tersebut. Salah satu teknologi yang sering dimanfaatkan adalah media sosial (Kautsar, Munasyaroh, Fadhilah, & Utama, 2019).

Media sosial merupakan alat teknologi yang canggih, karena dapat berkomunikasi antara satu orang dengan orang yang lain tanpa harus melakukan kontak langsung. Perkembangan teknologi dimanfaatkan sebagai alat untuk mendapatkan kepuasan pengguna, terutama dalam perekonomian. Perkembangan teknologi dan informasi yang didukung juga dengan peningkatan pengetahuan atau kapasitas daya masyarakat, dapat mejadi sumber penghasilan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Sumber daya manusia berkualitas merupakan faktor penting dalam melakukan kegiatan transaksi pengadaan barang atau jasa, karena manusialah yang akan mengelola teknologi agar tetap sasaran (Basuki, 2019).

Penggunaan internet pada era digitalisasi tidak dapat dihindari. Salah satu penggunaan internet adalah untuk menjalankan bisnis. Hal tersebut merupakan upaya yang dapat diadopsi oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan digital marketing. Dapat dikatakan bahwa digital marketing merupakan sebuah keharusan serta tantangan untuk UMKM sehingga dapat merambah pada dunia maya untuk memperluas jangkauan pasar. Namun tentu persaingannya juga akan semakin berat. Karena itulah UMKM sudah seharusnya

mempunyai produk serta strategi pemasaran yang mampu menarik konsumen (Hardilawati, 2020).

Penyepakatan Program Kegiatan

Penyepakatan program kegiatan dilakukan agar kegiatan pelatihan dapat terlaksana dengan tertib dan terjadwal. Dalam kegiatan ini dilakukan koordinasi dengan pihak pemerintah desa untuk menentukan jadwal, lokasi, serta peserta yang akan ikut dalam pelatihan. Pemerintah desa menyediakan aula kantor desa untuk pelaksanaan pelatihan selama lebih kurang tiga pekan.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, ditetapkan bahwa tim mengadakan sosialisasi dan juga pelatihan kepada UMKM yang ada di Desa Barejulat. Jenis sosialisasi dan pelatihan yang diselenggarakan adalah tentang digital marketing dan teknik dasar product photography. Kegiatan ini diikuti oleh sebanyak 10 UMKM yang ada di Desa tersebut. Pemberian materi pelatihan dalam kegiatan ini dilakukan dengan bantuan stakeholder di antaranya adalah Dinas Perdagangan NTB, Badan Riset dan Inovasi Daerah NTB, serta photographer lokal.

Materi tentang digital marketing materi yang diberikan oleh Dinas Perdagangan NTB serta Badan Riset dan Inovasi Daerah NTB di antaranya adalah tentang pengertian digital marketing, kekurangan dan kelebihan digital marketing, tips berjualan online, product branding, tips dan trik menggunakan sosial media, serta pemanfaatan NTB Mall yang merupakan e-commerce milik pemerintah daerah NTB untuk menjual produk UMKM. Sedangkan materi dasar tentang product photography yang diajarkan meliputi detail foto, depth of field, serta angle and composition photo.

Sosialisasi

Sebelum adanya pemberian materi pelatihan, terlebih dahulu melakukan sosialisasi kepada masyarakat sasaran mengenai kegiatan yang akan kami lakukan di Desa Barejulat. Adapun tujuan dari adanya kegiatan sosialisasi awal ini adalah memberikan gambaran kepada peserta tentang kegiatan yang akan dilaksanakan. Kegiatan sosialisasi dilakukan pada tanggal 19 Oktober 2022 yang bertempat di aula kantor Desa Barejulat. Sosialisasi ini dihadiri oleh 10

penggiat UMKM yang ada di desa tersebut. Saat sosialisasi juga dimanfaatkan sebagai wadah untuk masyarakat menyampaikan saran dan mengajukan pertanyaan terkait kegiatan pelatihan yang kami lakukan. Dengan adanya sosialisasi tersebut diharapkan masyarakat dapat lebih menerima dan antusias mengikuti rangkaian pelatihan. Masyarakat memberikan respon positif terkait dengan rencana pelatihan digital marketing dan product photography yang akan kami selenggarakan.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi

Pelatihan Digital Marketing

Pada pertemuan pertama kegiatan pelatihan digital marketing dihadiri oleh 10 orang. Pemberian materi disampaikan oleh Badan Riset dan Inovasi Daerah NTB yang diwakili oleh Iskandar Sukmana, S.PD., M.Pd. dan Gandys Marisha Utami, S.E., MTV. Pemberian materi yang disampaikan adalah tentang dasar dari digital marketing dan juga product branding bagi UMKM. Dalam kegiatan ini masyarakat diajak untuk lebih dapat memanfaatkan teknologi dalam melakukan pengembangan usaha.

Selain itu pelaku UMKM diajarkan tentang apa saja yang tips yang dapat dilakukan saat berjualan online. Beberapa tips yang disampaikan di antaranya adalah perlunya ada pembaruan produk, hal ini karena konsumen biasanya menyukai produk-produk terbaru, pemberian informasi produk yang detail, penggunaan foto yang bagus, jelas, menarik, website yang menarik, terlihat profesional, mudah dan cepat diakses, penggunaan beberapa cara untuk berkomunikasi dengan calon pembeli (email, whatsapp, dll), melakukan optimasi SEO agar toko online mendapatkan peringkat yang bagus di Search Engine, menampilkan informasi perusahaan, memiliki customer service yang cepat tanggap dan sopan, serta penggunaan beberapa rekening bank untuk mempermudah transaksi. Dengan adanya kegiatan ini pelaku UMKM diharapkan dapat

lebih memikirkan cara yang efektif dalam menarik minat pembeli.

Pertemuan kedua kegiatan pelatihan digital marketing paparkan oleh Perwakilan dari Dinas Perdagangan NTB yaitu Lalu Afghan Muharrar, ST., M.Ak. selaku Kepala Balai Promosi dan Pemasaran Produk Unggulan NTB, Dinas Perdagangan Provinsi NTB. Tri Endah Tresnawati., SE. selaku Kepala Seksi Pemasaran UPTD Balai Promosi dan Pemasaran Produk Unggulan NTB Disdag NTB, serta Devi Yunitami Rachman, BBA. yang merupakan Supervisor Sales and Marketing NTB Mall. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 2 November 2022, yang dihadiri oleh 10 orang pelaku UMKM.



Gambar 2. Dosen dan Pemateri dari BRIDA NTB



Gambar 3. Penyampaian Materi

Beberapa materi pelatihan yang disampaikan diantaranya adalah pemanfaatan teknologi dalam memperluas jangkauan pasar, pengenalan Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, serta pengenalan ecommerce NTB Mall yang merupakan ecommerce milik pemerintah NTB. Dengan adanya kegiatan ini masyarakat dapat lebih mengetahui cara yang efektif dalam melakukan pemasaran produk dan menjangkau pasar yang lebih luas misalnya dengan memanfaatkan ecommerce NTB Mall. Selain itu, UMKM juga mengetahui tentang NIB dan juga PIRT untuk menunjang kualitas dari produk yang mereka tawarkan.

Pelatihan Product Photography

Pelatihan product photography dilakukan pada tanggal 1 November 2022.

Yang melakukan penyampaian materi pada pelatihan ini adalah Sri Jaya, ST. yang merupakan seorang photographer lokal. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengabadikan produk yang mereka miliki. Hal ini bertujuan agar kegiatan promosi yang mereka lakukan secara mandiri dapat menjadi lebih baik lagi ketika ditunjang dengan foto yang menarik. Beberapa teknik dasar product photography yang diajarkan dalam kegiatan ini di antaranya adalah tentang detail foto, depth of field, serta angle and composition photo.

Materi pertama yang di pelajari tentang detail foto adalah bahwa detail foto dan ketajaman merupakan hal yang penting dalam foto produk. Setiap warna dan tekstur dari produk harus bisa ditampilkan dengan tepat. Warna harus terlihat sesuai aslinya dan tekstur serta detail harus tampil dengan tajam. Kemudian mengenai depth of field, masyarakat diajarkan bahwa dalam foto produk hendaklah ada bagian atau objek yang yang menjadi fokus dalam sebuah foto. Selain itu diajarkan pula tentang angle and composition photo, yang membahas tentang sudut pengambilan gambar yang baik dan juga komposisi objek dan hiasan dalam sebuah foto.

Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan ponsel masing-masing sebagai alat pengambilan gambar. Selain itu, kami juga menjadikan produk umkm yang ada di desa tersebut menjadi subjek fotonya. Peserta kegiatan didampingi satu persatu untuk dapat melakukan pengambilan gambar yang benar. Sehingga gambar yang dihasilkan lebih baik daripada sebelumnya. Dalam kegiatan ini masyarakat antusias untuk dapat mengambil foto yang baik. Berikut merupakan beberapa foto yang merupakan hasil pengambilan gambar oleh masyarakat dengan menggunakan ponselnya.

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan yaitu bahwa adanya peningkatan pengetahuan UMKM yang ada di Desa Barejulat tentang digital marketing. Masyarakat jadi lebih mengetahui bahwa digital marketing bukan hanya sekedar berjualan melalui internet. Namun, ada hal lain yang juga perlu diperhatikan agar penjualan di internet dapat lebih optimal. Beberapa diantaranya adalah cara

menyampaikan informasi tentang produk kepada konsumen, penjelasan yang lengkap tentang produk yang ditawarkan, serta memanfaatkan ecommerce dengan efektif. Selain itu, dengan adanya kegiatan pelatihan product photography, peserta kegiatan juga menjadi lebih terampil dalam melakukan pengambilan gambar produk mereka. Hal tersebut membuat produk yang mereka pasarkan dapat lebih terlihat menarik bagi konsumen. Dengan adanya pelatihan yang dilakukan, diharapkan pelaku UMKM yang ada di desa tersebut dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan juga dapat lebih mengembangkan usaha mereka. Hal itu tentunya akan berpengaruh juga dalam pengembangan ekonomi Desa Barejulat. Perkembangan ekonomi yang ada akan dapat memperbesar peluang ketersediaan lapangan kerja di desa tersebut. Banyaknya lapangan pekerjaan yang tersedia di Desa Barejulat diharapkan mampu mengurangi jumlah TKI dan TKW yang ada di Desa Barejulat.

- Miarso. (2007). *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Pustekom Diknas.
- Pemerintah Desa Barejulat. (2022). *Profil Desa Barejulat*. Jonggat: Pemerintah Desa Barejulat.
- Sejati, D. (2020). Pengangguran serta Dampaknya terhadap Pertumbuhan dan Pembangunan Ekonomi. *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional*, 103-104.
- Sukirno, S. (2006). *Ekonomi Pembangunan Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Pekerjaan Sosial*, 188.
- Witro, D., & Putri, L. A. (2018). Kontribusi Media Sosial Terhadap Produktivitas Karyawan Generasi Milenial PT Perkebunan Nusantara VI Kayu Aro. *Ekonomi & Bisnis*, 119.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (2014). *Modul Participatory Action Research (PAR)*. Surabaya: LPPM UIN Sunan Ampel.
- Anggraini, P., Monanisa, & Afarat, Y. (2020). Dampak TKW terhadap Sosial Ekonomi Keluarga yang ditinggalkan di Kecamatan Tanjung Raja. *Jurnal Swarnabhumi*, 35-39.
- Arliman S, L. (2017). Perlindungan Hukum UMKM dari Eksploitasi Ekonomi dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 387-388.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Kecamatan Jonggat Dalam Angka*. Jonggat: Badan Pusat Statistik.
- Basuki, N. (2019). Analisis Resiko Yang Dirasakan dan Prestasi Belajar Peserta Pelatihan Pengadaan Barang/Jasa. *Sosial dan Humaniora*, 57.
- Danurahman, J., & Kusdarini, E. (2021). Dampak Pandemi Coronavirus Disease (Covid-19) dalam Perspektif Hukum di Era Digital. *Masalah-masalah Hukum*, 151-152.
- Febriyanto, M., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 61-76.
- Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akutansi & Ekonomika*, 89-98.
- Kautsar, M. H., Munasyaroh, N., Fadhilah, P. A., & Utama, I. Y. (2019). Analisis SWOT Inovasi Lini Bisnis PT. Pndad (Persero): Pelayanan Keamanan Siber. *Ejournal Lembagakeris*, 1-10.