

PELATIHAN VIDEO PENDEK UNTUK PROMOSI PRODUK UMKM

**Ibrahim Fatwa Wijaya*, Muhammad Agung Prabowo, Anis Widjajanto,
Edy Supriyono, Nurmadi Harsa Sumarta**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta

*Email : ibrahimfatwa@staff.uns.ac.id

Abstrak

Masa pandemic Covid-19 yang berkepanjangan memiliki dampak negative yang signifikan terhadap usaha mikro. Survey OJK-BCG pada bulan Oktober 2020 menyebutkan bahwa usaha mikro merupakan golongan usaha yang paling terdampak oleh pandemic ini dibanding usahakecil maupun menengah. Selain itu, permasalahan yang dihadapi usaha mikro adalah adanya keterbatasan dalam melakukan peningkatan kualitas produk dan digitalisasi, tidak terkecuali usaha mikro mitra Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Surakarta. Oleh karena itu, sebagai upaya untuk membantu usaha mikro melakukan transformasi digital diperlukan adanya sebuah kegiatan pelatihan sebagai bekal usaha mikro dalam menghadapi era digital. Konsep sharing knowledge dan sharing facilities dipilih sebagai alternatif yang tepat untuk mempermudah peningkatan kualitas produk dan transformasi digital. Sharing knowledge antara perguruan tinggi dengan usaha mikro penting dilakukan untuk memberikan pemahaman pelaku usaha mikro untuk meningkatkan kualitas produk dan pemasaran mulai dari branding, pembuatan konten, dan pemanfaatan platform digital. Setelah usaha mikro memiliki dasar yang memadai untuk peningkatan kualitas produk, maka perlu dilanjutkan dengan program sharing facilities untuk mengurangi biaya, dimana masing-masing pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan uang yang cukup besar untuk membeli peralatan pendukung digitalisasi. Maka dari itu, kegiatan pelatihan foto produk dan pembuatan video pendek menjadi isu penting mengingat customer memiliki ketertarikan yang tinggi untuk membeli produk dikarenakan gambar atau video yang diunggah oleh pelaku UMKM.

Kata kunci : transformasi digital, UMKM, usaha mikro, foto produk, video pendek

1. PENDAHULUAN

Masa pandemic Covid-19 yang berkepanjangan memiliki dampak negative yang signifikan terhadap usaha mikro. Survey OJK-BCG pada bulan Oktober 2020 menyebutkan bahwa usaha mikro merupakan golongan usaha yang paling terdampak oleh pandemic ini dibanding usahakecil maupun menengah. Kajian OJK tersebut juga menyebutkan bahwa dari kaca mata digitalisasi, ketiga jenis usaha baik tech savvy, offline-online dan tradisional mengalami penurunan omset yang merata. Di saat yang bersamaan, semua UMKM harus menghadapi tiga pengaruh eksternal seperti: (1) teknologi digital (smartphone, internet, e-commerce, pembayaran digital), (2) kompetisi digital, dan (3) perilaku konsumen digital (bergantung pada aplikasi dan membeli secara online). Ketiga pengaruh eksternal ini mendorong bisnis untuk melakukan transformasi digital (1).

Usaha mikro mitra Masyarakat EKonomi Syariah (MES) Surakarta memiliki keterbatasan melakukan peningkatan kualitas produk dan digitalisasi dikarenakan: (1) Skill yang terbatas, khususnya pemanfaatan digital teknologi; (2) pengetahuan yang terbatas mengenai marketing, komunikasi dan negosiasi bisnis, packaging, desain, branding, e-commerce; (3) kuantitas sumber daya manusia yang terbatas atau one man show (semua dilakukan sendiri oleh pelaku usaha); (4) Minimnya budaya “sharing” diantara anggota

komunitas, sehingga manfaat dari kolaborasi belum dirasakan secara optimal; dan (5) Tidak memiliki permodalan yang memadai untuk membeli peralatan yang mendukung digitalisasi, misalnya kamera, studio box, lighting, laptop/computer.

Salah satu upaya untuk membantu mempermudah peningkatan kualitas produk dan transformasi digital usaha mikro mitra MES Surakarta adalah dengan menggunakan konsep “sharing knowledge” dan “sharing facilities”. “Sharing knowledge” antara perguruan tinggi – usaha mikro dan antarusaha mikro diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk dan menyiapkan usaha mikro memasuki era digital dengan berbagai kegiatan, diantaranya: (1) pelatihan dan pendampingan branding, packaging, marketing; (2) pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas produk; (3) pelatihan dan pendampingan photography dan videography; dan (4) pelatihan dan pendampingan pemanfaatan e- commerce dan platform buatan pihak ketiga. Setelah usaha mikro memiliki dasar yang memadai untuk peningkatan kualitas produk, maka perlu dilanjutkan dengan program “sharing facilities” untuk menyiapkan usaha mikro menghadapi era digital yang memiliki manfaat: (1) Mengurangi biaya, dimana masing-masing pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan uang yang cukup besar untuk membeli peralatan pendukung digitalisasi; (2) menjamin keberlangsungan (sustainability) karena adanya problem pandemic berkepanjangan dan perubahan perilaku konsumen digital; (3) Mengurangi carbon foot-print. Pengabdian edisi 2022 kali ini akan berfokus pada pelatihan foto produk dan pelatihan pembuatan video pendek. Dua hal ini merupakan isu yang cukup penting mengingat customer memiliki ketertarikan yang tinggi untuk membeli produk dikarenakan gambar atau video yang diunggah oleh pelaku UMKM.

Usaha mikro mitra MES Surakarta memiliki keterbatasan melakukan peningkatan kualitas produk dan digitalisasi dikarenakan: (1) Skill yang terbatas, khususnya pemanfaatan digital teknologi; (2) pengetahuan yang terbatas mengenai marketing, komunikasi dan negosiasi bisnis, packaging, desain, branding, e-commerce; (3) kuantitas sumber daya manusia yang terbatas atau one man show (semua dilakukan sendiri oleh pelaku usaha); (4) Minimnya budaya “sharing” diantara anggota komunitas, sehingga manfaat dari kolaborasi belum dirasakan secara optimal; dan (5) Tidak memiliki permodalan yang memadai untuk membeli peralatan yang mendukung digitalisasi, misalnya kamera, studio box, lighting, laptop/computer.

Dua kunci penting untuk menghadapi pandemic dan digitalisasi ini adalah penguatan produk dan penyiapan usaha mikro memasuki dunia digital (penggunaan teknologi digital dalam proses bisnis). Peneliti menyebut bahwa kesempatan untuk menerapkan digitalisasi di UMKM cukup tinggi karena fleksibilitas UMKM dan ukuran perusahaan yang relative kecil (2). Menariknya, ada dua hal utama yang menjadi anteseden proses digitalisasi, yaitu skill dan penggunaan teknologi digital (2).

Salah satu upaya untuk membantu mempermudah peningkatan kualitas produk dan transformasi digital adalah dengan menggunakan konsep “sharing knowledge” dan “sharing facilities”. “Sharing knowledge” antara perguruan tinggi – usaha mikro dan antarusaha mikro diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk dan menyiapkan usaha mikro memasuki era digital dengan berbagai kegiatan, diantaranya: (1) pelatihan dan pendampingan branding, packaging, marketing; (2) pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas produk; (3) pelatihan dan pendampingan photography dan videography; dan (4) pelatihan dan pendampingan pemanfaatan e-commerce dan platform buatan pihak ketiga. Setelah usaha mikro memiliki dasar yang memadai untuk peningkatan kualitas produk, maka perlu dilanjutkan dengan program “sharing facilities” untuk menyiapkan usaha mikro menghadapi

era digital yang memiliki manfaat: (1) Mengurangi biaya, dimana masing-masing pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan uang yang cukup besar untuk membeli peralatan pendukung digitalisasi; (2) menjamin keberlangsungan (sustainability) karena adanya problem pandemic berkepanjangan dan perubahan perilaku konsumen digital; (3) Mengurangi carbon foot- print.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan workshop foto produk dan video pendek kepada mitra MES Surakarta. workshop foto produk dan video pendek guna meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan foto dan video sebagai sarana promosi UMKM. Kegiatan ini dilakukan dengan mengundang narasumber Topik Sudirman selaku sosok influencer, musisi, dan selebgram di Kota Surakarta yang akrab dengan dunia konten baik foto dan video pendek serta social media. Kegiatan pelatihan foto dan video pendek ini mengundang antusias tinggi dari pelaku usaha mikro sehingga untuk memfasilitasi semangat belajar ini kegiatan pelatihan diadakan dengan dua series.

Dalam kegiatan pelatihan seri pertama, Topik Sudirman selaku narasumber memberikan berbagai kiat-kiat dalam mempromosikan produk UMKM, khususnya melalui pembuatan video pendek. Hal-hal teknis yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM dalam pembuatan video juga disampaikan oleh Topik Sudirman dan tim. Mulai dari mengeksplorasi ide dan konsep video, Teknik soft selling, pentingnya penggunaan pemeran yang berperan dalam berbagai video pendek UMKM, pentingnya karakter masing-masing pemeran, dan pentingnya UMKM investasi di alat-alat lighting. Topik mengingatkan untuk kepentingan promosi produk umkm di wa, Instagram atau tik-tok, UMKM tidak perlu merogoh kocek yang dalam untuk membeli kamera mahal, tetapi cukup dengan kamera HP. Tidak heran jika para peserta antusias hingga membawa produknya untuk diajarkan dalam membuat video promosi.

Diikuti oleh 30 orang dengan mayoritas adalah ibu rumah tangga. Salah satu sasaran dari diadakannya kegiatan pengabdian ini adalah ibu rumah tangga, harapannya walaupun ibu rumah tangga termasuk ke dalam bukan angkatan kerja, namun setidaknya mampu meningkatkan produktivitas para ibu rumah tangga dan membuka lahan pekerjaan baru. Di sisi lain, Topik Sudirman juga menyampaikan bahwa geliat industri kreatif dalam beberapa waktu terakhir ini harus ditangkap dengan cepat oleh pelaku UMKM. Oleh sebab itu, UMKM harus mampu menangkap perkembangan tren marketing untuk tetap bisa survive.

Dalam pelatihan seri kedua ini Topik Sudirman selaku narasumber memfokuskan pembahasan untuk pembuatan video pendek promosi dengan aplikasi Tiktok. Hal ini dikarenakan menurut riset yang sudah dilakukan oleh Topik Sudirman selaku influencer dan pelaku di dunia digital menangkap sinyal bahwa tren ke depan aplikasi yang akan memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat adalah Tiktok. Topik Sudirman menyampaikan bahwa pelaku yang memanfaatkan Tiktok sebagai lahan promosi produk tidaklah sedikit sehingga diperlukan keunikan dan ciri khas dari video promosi yang dibuat. Topik Sudirman yang dikenal sebagai sosok korban patah hati di media sosial menceritakan bahwa mengenalkan diri di media sosial itu penting agar masyarakat tahu dan ingat dengan diri atau produk kita.

Di sisi lain, banyak dari peserta pelatihan yang sudah memulai promosi menggunakan Tiktok berserta keluhan kesahnya mengenai sulitnya meningkatkan jumlah penonton dari video promosi dibuat olehnya. Diskusi menarikpun hadir di dalamnya dan Topik Sudirman pun menyampaikan konsistensi untuk melakukan upload video itu penting untuk menjaga penonton dari video kita. Bahkan, Topik Sudirman mengatakan bahwa dianjurkan untuk upload video setiap hari. Tidak hanya itu, di sesi pelatihan ini juga membahas mengenai tips dan trik dalam pembuatan video pendek. Salah satu yang ditekankan oleh Topik Sudirman

adalah pemanfaatan gawai yang saat ini kita miliki, yakni smartphone dengan kamera yang mumpuni untuk mengambil video. Menurutnya hal yang terpenting dalam pembuatan video adalah pencahayaan dan suara yang dihasilkan. Pencahayaan yang bagus akan menghasilkan video yang bagus pula. Tips dari Topik Sudirman kepada para peserta adalah pemanfaatan matahari di pagi dan sore hari untuk pengambilan video di luar ruangan serta penggunaan lampu untuk pengambilan video di dalam ruangan. Pagi dan sore hari dipilih karena cahaya matahari yang ada pada kondisi yang lembut sehingga hasilnya pun akan bagus.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pelaksanaan pelatihan pembuatan video pendek dan foto produk yang ditujukan untuk meningkatkan branding serta promosi produk UMKM yang dilakukan oleh tim riset auditing dan sistem informasi FEB UNS bersama Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Surakarta menghadirkan manfaat yang besar bagi pelaku UMKM yang juga merupakan Mitra MES Surakarta. Para pelaku UMKM mengaku kegiatan pelatihan pembuatan video pendek dan foto produk ini sangat bermanfaat bagi pengembangan UMKM yang dimiliki yakni 72% mengatakan sangat bermanfaat dan sisanya mengatakan bermanfaat. Hal ini menggambarkan bahwasannya pelaku UMKM sangat antusias dengan adanya pelatihan yang mampu untuk mengembangkan bisnis yang dimilikinya. Selain itu, para pelaku UMKM juga menyampaikan bahwa kegiatan pelatihan ini memberikan tambahan skill/keterampilan yang dimiliki untuk mengembangkan bisnisnya, 65% mengatakan sangat bermanfaat dan 35% lainnya menyatakan bermanfaat.

Berkaitan dengan promosi dan pemasaran, pelatihan ini memberikan ide promosi baru bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya. Sebagian besar dari pelaku UMKM berpendapat bahwa dari kegiatan ini mampu memberikan ide baru yang akan digunakan sebagai cara dan media untuk membangun branding dan sarana promosi produk mereka. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan ide baru untuk promosi melainkan juga memberikan skill baru dalam pelaksanaan promosi produk UMKM. Hal ini ditunjukkan melalui rangkaian acara yang dilaksanakan dengan dua series dengan pemahasan yang lebih mendalam sehingga tips dan trik praktis mengenai pembuatan video dari salah satu aplikasi social media berbasis video yang tengah booming menjadi implementatif.

Dari keseluruhan rangkaian acara yang dilakukan feedback dari pelaku UMKM begitu positif dan sangat beragam. Berbagai usulan isu yang diharapkan akan dihadirkan kembali sebagai bentuk pelatihan berikutnya pun mewarnai saran dan masukan kegiatan pelatihan ini. Hal terpenting dari tujuan diadakan kegiatan pelatihan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM di era digital pun menghasilkan suatu hal yang positif bahwa para pelaku UMKM mengaku kegiatan pelatihan video pendek dan foto produk ini mampu memberikan kenaikan omzet bisnis UMKM.

4. KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan video pendek dan foto produk UMKM dalam rangka meningkatkan kualitas dan transformasi digital UMKM benar mampu memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM. Peserta pelatihan yang juga merupakan mitra dari MES Surakarta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti kegiatan ini sehingga kegiatan dapat dilaksanakan dua kali. Disisi lain, kegiatan pelatihan yang mempertemukan pakar yang aktif dalam persoalan konten dan social media memberikan pemahaman bagi pelaku UMKM untuk menangkap potensi dan menjawab tantangan era digital. Pentingnya branding dan promosi sebagai sarana pengenalan produk UMKM menjadi topik utamapun bisa tersampaikan kepada

pelaku UMKM untuk lebih aware agar terus bisa bersaing dan menghasilkan peningkatan omzet bagi bisnis yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Verhoef PC, Broekhuizen T, Bart Y, Bhattacharya A, Qi Dong J, Fabian N, et al. Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *J Bus Res.* 2021;122(November 2019):889–901.
- Eller R, Alford P, Kallmünzer A, Peters M. Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization. *J Bus Res [Internet].* 2020;112(September 2019):119–27. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004>