



Pelatihan Menggunakan Aplikasi Photo Room Sebagai Strategi dalam Meningkatkan Branding Produksi UMKM di Wilayah Kelurahan Bandarjo Ungaran Barat

Hendra Dedi Kriswanto^{1*}, Yogi Swaraswati¹, Ilyas¹, Amin Yusuf¹

¹ Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*Correspondence email: hendra.dedi@mail.unnes.ac.id

Info Artikel: Diterima: 5 Juni 2024; Direvisi: 19 Juli 2024; Disetujui: 14 Oktober 2024; Dipublikasi: 18 November 2024

Abstrak: Indonesia saat ini mengalami tren berwirausaha yang didorong oleh kebutuhan masyarakat yang beragam, memberikan peluang besar bagi calon wirausahawan, terutama UMKM. Tercatat pada tahun 2021 terdapat 59,2 juta pelaku UMKM di Indonesia, namun banyak yang kesulitan mempromosikan produknya secara efektif. Penggunaan teknologi, seperti aplikasi Photo Room, dapat membantu mengatasi masalah ini. Pelatihan pengeditan foto produk menggunakan aplikasi Photo Room telah dilaksanakan di Kelurahan Bandarjo Ungaran Barat, dengan peserta dari kalangan UMKM. Pelatihan ini mencakup pengenalan fungsi dan manfaat aplikasi, prosedur praktis penggunaannya, serta latihan mengedit foto produk. Peserta menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif sepanjang kegiatan, yang berujung pada kemandirian dalam menggunakan aplikasi sesuai selera masing-masing. Hasil pelatihan ini berdampak positif, memperkuat kerjasama antara Jurusan PLS FIP UNNES dengan Kelurahan Bandarjo Ungaran Barat. Pelatihan ini membuktikan bahwa teknologi sederhana dapat meningkatkan branding produk UMKM dan memberdayakan pelaku usaha kecil.

Kata Kunci: UMKM; Branding; Photo room; Pelatihan; Pengabdian masyarakat

Kutipan:

Kriswanto. H. D., Swaraswati. Y., Ilyas. I., & Yusuf. A. (2024). Pelatihan Menggunakan Aplikasi Photo Room Sebagai Strategi dalam Meningkatkan Branding Produksi UMKM di Wilayah Kelurahan Bandarjo Ungaran Barat. *Sricommer: Journal of Sriwijaya Community Services*, 5(2): 115-124. DOI: <https://doi.org/10.29259/jscs.v5i2.185>

1. PENDAHULUAN

Di Era pandemi covid-19 yang saat ini telah melanda Indonesia mengakibatkan kelesuan ekonomi di berbagai sektor. Sektor yang terdampak diantaranya adalah sektor UMKM. Banyak pelaku usaha yang mengalami penurunan pembeli yang mengakibatkan penurunan omset penjualan. Hal ini disebabkan pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat agar tetap berdiam di rumah. Maka dari itu perlu adanya strategi yang bisa membuat mereka terus bertahan dan meningkatkan kembali omset pendapatan mereka (Alfin, 2021)

Era Industry 4.0 terlihat banyak sekali usaha mikro kecil dan menengah yang menjamur ditengah-tengah kehidupan masyarakat baik itu dari masyarakat desa maupun masyarakat perkotaan yang berlomba-lomba untuk menjadikan produk UMKM menjadi yang terbaik dan nomor satu, tercatat pada tahun 2021 Indonesia memiliki 59,2 juta pelaku UMKM (Rifai et al., 2022). Hal ini menjadikan pelaku UMKM melakukan berbagai cara dan strategi untuk meningkatkan kualitas produknya. Apalagi di zaman yang serba digital saat ini, manusia dituntut untuk bisa menggunakan teknologi yang cerdas dan aktual untuk menunjang segala kebutuhan hidupnya khususnya dibidang ekonomi dan pendidikan. Manusia yang mampu beradaptasi dengan zaman yang terus berkembang

kemungkinan akan lebih sukses daripada manusia yang tidak ingin beradaptasi atau tetap stay pada zamannya. Kemampuan beradaptasi sendiri sangat diperlukan di berbagai aspek kehidupan karena hal tersebut sangat mempengaruhi kecepatan keberhasilan suatu kegiatan. Kemampuan beradaptasi berarti bisa belajar hal-hal baru dengan cepat dan bisa menempatkan diri pada tempat yang tepat.

Pelaku UMKM yang bisa beradaptasi dengan keadaan zaman sekarang, produknya lebih tersorot usahanya dan lebih dikenal banyak orang daripada produk UMKM yang promosinya hanya sebatas mulut ke mulut atau masih bersifat manual. Jika penyebaran informasi produk UMKM lebih tersebar ke banyak orang maka sangat memungkinkan banyak orang pula yang tertarik dengan produk UMKM tersebut. Peningkatan ini bisa terjadi apabila pelaku UMKM mengikuti perkembangan zaman, yaitu memaksimalkan penggunaan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). Penggunaan IPTEK yang tepat dapat membantu mempermudah promosi produk UMKM guna meningkatkan branding Produk UMKM tersebut. Dalam menggerakkan pelaku UMKM supaya yang perlu dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan-pelatihan yang mampu memberikan nilai tambah pada produk ataupun peningkatan penjualan, apalagi sekarang persaingan dalam dunia industri sangat ketat sekali (Sari & Santoso, 2019).

Upaya untuk meningkatkan persaingan di era 4.0 ini adalah dengan kemampuan untuk mengadopsi, menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi, untuk itu perlu UMKM diberikan pembinaan agar mampu menghadapi persaingan di era 4.0. Dengan Revolusi Industri 4.0 memberikan pengaruh dibidang 4 perekonomian meningkat, dimana sektor membuka peluang untuk kewirausahaan dan UMKM meningkat dengan pesat, sehingga memberikan dampak pengaruh pada kewirausahaan demi kemandirian ekonomi (Hamdan, 2018). Untuk itu dengan adanya pelatihan ini diharapkan UMKM di Kabupaten Semarang khususnya di daerah Kelurahan Bandarjo dapat bersaing dengan mampu meningkatkan penjualannya.

Rumusan masalah yang akan dicari dari kegiatan pengabdian masyarakat ini ialah, Berkaitan dengan strategi pemasaran terutama di dalam kondisi online seperti ini, keberhasilan ditentukan oleh *eye catching*. Banyak media promosi yang dapat digunakan dari mulai yang umum hingga unik atau baru, hingga kini dimanfaatkan sebagai media promosi, yang ternyata cukup efektif dalam memperoleh calon konsumen baru. Sebagai penunjang dalam promosi tersebut perlu adanya pembaharuan dalam penyajian dengan menarik perhatian dari calon konsumen. Maka, dari itu pengabdian masyarakat ini dapat menjawab permasalahan tentang urgensi strategi pemasaran online dengan foto, kemudian bagaimanakah menggunakan photo room dalam meningkatkan strategi penjualan UMKM? Serta menjawab bagaimanakah membuat foto produk yang lebih menarik dan mudah untuk proses.

Pelatihan ini diharapkan akan memberikan manfaat kepada UMKM di wilayah Bandarjo pada khususnya dan Kabupaten Semarang pada umumnya, Pelatihan ini sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada dan dimanfaatkan oleh para pengusaha kecil dan menengah, Aplikasi yang mudah digunakan dan dipelajari mungkin aplikasi ini bisa meningkatkan kejelasan dari produk dan juga foto yang lebih profesional lagi. Strategi membangun branding merupakan sebuah bekal pelatihan yang amat penting dalam membantu mengembangkan aspek kognitif para pelaku UMKM, bahwa sebuah proses membangun Brand yang kuat dapat mengubah bisnis dari pemain kecil menjadi Brand besar yang sukses. Bahwa seiring meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap Brand, maka penjualan juga akan meningkat drastis. Dan tidak bisa dikesampingkan seberapa penting untuk mengembangkan pesan dan identitas yang konsisten untuk memperkuat persepsi Brand (Setiawati et al., 2019).

Mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yaitu produk yang tidak menarik menjadi perhatian khusus dalam pengabdian ini. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan UMKM di daerah Bandarjo dapat bersaing dengan pelaku usaha lainya. Salah satu kunci dari penjualan adalah tampilan yang menarik dari produk yang dijual, tidak semua foto produk untuk keperluan promosi dihasilkan dari peralatan mahal dan canggih. Pemahaman tentang teknik fotografi untuk pengambilan foto produk menjadi salah satu bagian penting dalam kegiatan promosi agar menarik perhatian konsumen (Nugraheny et al., 2022). Dengan tampilan dan foto yang menarik diharapkan UMKM dapat meningkatkan hasil penjualannya. Foto mampu memberikan penjelasan kepada calon

pembeli, maka perlu adanya foto yang jelas dan foto yang menarik. Dengan aplikasi ini foto biasa dapat menjadi luar biasa hanya dengan sekali klik dan sangat mudah dalam penggunaannya. Pelatihan menggunakan photoroom ini dilakukan sebagai salah satu solusi untuk meningkatkan penjualan dari produk UMKM karena pada saat ini persaingan semakin ketat maka perlu ada usaha untuk membuat produk UMKM ini lebih menarik dan mampu menggaet konsumen.

Pelatihan adalah suatu sistem kerja yang harus diikuti atau dilaksanakan oleh karyawan untuk memperbaiki kemampuan kerjanya dalam penerapan pelaksanaan pekerjaan yang dihadapi, guna meningkatkan pengetahuan, ketrampilan dan sikap karyawan yang diperlukan perusahaan dalam mencapai tujuannya (Juniarti, 2016). Oleh karenanya, masyarakat sebagai aset sebuah negara harus mendapatkan kesempatan untuk dapat mengikuti pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (Human Resource Development), sehingga masyarakat dapat menemukan dan mengeluarkan potensi yang ada pada diri dirinya yang mungkin masih terpendam. Menurut Widodo, pelatihan merupakan serangkaian aktivitas individu dalam meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis sehingga mampu memiliki kinerja yang profesional di bidangnya (Meidita, 2019). Berdasarkan pengertian tersebut, pelatihan berarti suatu perubahan yang sistematis dari *Knowledge, Skill, Attitude* dan *Behaviour* yang terus mengalami peningkatan yang dimiliki oleh setiap karyawan dengan itu dapat mewujudkan sasaran yang ingin dicapai oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam pemenuhan standar SDM yang diinginkan (Pareraway et al., 2018).

2. STUDI PUSTAKA

2.1 Pelatihan

Pelatihan pada hakikatnya adalah proses pembelajaran. Oleh karena itu untuk melatih karyawan, dibutuhkan pengetahuan tentang bagaimana orang belajar. Pada suatu organisasi yang memperhatikan produktivitas, pendidikan dan pelatihan merupakan fakta yang paling penting. Setiap orang didorong dan dilatih. Dalam hal ini belajar dan berlatih adalah proses tanpa akhir atau sepanjang hayat. Dengan pendidikan dan pelatihan, diharapkan setiap orang dapat meningkatkan keterampilan dan keahliannya. Tidak dapat dipungkiri bahwa orang yang terampil ditambah dengan motivasi kerja yang tinggi sangat berpengaruh terhadap produktivitas kerjanya. Pendidikan berbeda dengan pelatihan. Pelatihan bersifat spesifik dan manfaatnya langsung dapat di praktikan di tempat kerja sedangkan pendidikan bersifat umum dan manfaatnya tidak langsung sebagai saran menambah wawasan, ide dan pengetahuan teoritis. Pelatihan dan pendidikan memainkan peran yang berbeda dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan. Pelatihan, seperti yang disorot dalam berbagai makalah penelitian (Mamaqi, 2023) (Safwan & Ariffin, 2019) (Hordienko & Filonenko, 2022), berfokus pada pengembangan keterampilan khusus yang disesuaikan dengan persyaratan pekerjaan langsung, yang mengarah pada peningkatan kinerja, kepercayaan diri, dan moral tim. Manfaatnya langsung berlaku di tempat kerja, meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Di sisi lain, pendidikan, sebagaimana ditekankan dalam literatur (Lucchini et al., 2018), memberikan pemahaman yang lebih luas dan pengetahuan teoritis yang secara tidak langsung dapat menguntungkan tempat kerja dengan menawarkan wawasan, ide-ide baru, dan pendekatan inovatif. Sementara pelatihan secara langsung berdampak pada kinerja dan hasil pekerjaan, pendidikan berkontribusi pada pertumbuhan jangka panjang, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi dalam organisasi, membuat kedua komponen penting untuk kesuksesan secara keseluruhan dalam lingkungan kerja yang dinamis.

Tujuan pelatihan dan pengembangan karyawan yang telah dikemukakan di atas pada dasarnya dapat disimpulkan bahwa pada intinya tujuan pelatihan dan pengembangan yaitu untuk meningkatkan kemampuan karyawan baik secara afektif (sikap), kognitif (pengetahuan) dan psikomotoriknya (perilaku) serta mempersiapkan karyawan dalam menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi sehingga dapat mengatasi hambatan-hambatan yang sekiranya muncul dalam pekerjaan (Siregar, 2018).

2.2 Kewirausahaan dan UMKM

Kondisi masyarakat saat ini semakin berkembang, terutama akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju. Akibatnya masalah-masalah yang dihadapi pun semakin kompleks, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi ini berimbas pada berbagai aspek kehidupan, seperti agama, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya (Anggraeni et al., 2022; Okunev, 2023; Danilov et al., 2022; Trach, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa implementasi terhadap konsep pembangunan telah banyak merubah kondisi kehidupan masyarakat. Negara dan pembangunan merupakan dua unsur yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Hal ini dikarenakan suatu negara agar dapat mempertahankan kehidupannya selalu melakukan pembangunan. Pada sebagian komunitas, pembangunan telah mengantarkan mereka pada kehidupan yang lebih baik, sementara bagi komunitas lainnya pembangunan justru mengantarkan mereka pada kondisi yang menyengsarakan dimana angka pengangguran dan kemiskinan semakin bertambah. Pembangunan itu sendiri dapat dilakukan melalui beberapa aspek, seperti pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan budaya maupun pembangunan politik. Namun, permasalahan pembangunan yang sering terjadi adalah masalah pembangunan ekonomi.

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia UMKM memberi sekitar 87% kontribusi ke dalam sejumlah badan usaha di Indonesia (Atichasari & Marfu, 2023) dan memiliki andil sebesar 85% dalam penyerapan tenaga kerja (Yose, 2023). Sejalan dengan semangat nawacita, pemerintah berupaya untuk meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing secara internasional, serta menumbuhkan kemandirian ekonomi dengan pemberatan sektor- sektor strategis ekonomi domestik. Dengan adanya sektor UMKM, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor UMKM pun telah terbukti menjadi pilar perekonomian yang tangguh. Dalam perencanaan suatu usaha dibutuhkan studi mengenai kelayakan dari usaha tersebut. Untuk mendirikan UMKM juga dibutuhkan analisis kelayakan terkait faktor- faktor atau aspek yang dapat mempengaruhi kemungkinan berhasilnya (layaknya) pelaksana gagasan suatu usaha. Namun kenyataannya pemilik usaha hanya terfokus pada pendapatan dan keberlanjutan usahanya. Karena itulah pengembangan masyarakat dengan metode pendampingan sosial perlu dilakukan untuk membantu memecahkan persoalan yang sedang dihadapi (Sulaeman, 2020).

3. METODE

Berdasarkan permasalahan yang ada, konsep-konsep dan prinsip-prinsip dari para ahli yang telah disebutkan dapat dijadikan acuan dalam implementasi pelatihan untuk meningkatkan branding UMKM milik masyarakat melalui pelatihan pengeditan foto prosuk menggunakan aplikasi photo room, konsep dan prinsip tandi juga dijadikan dasar pemecahan masalah dalam pengabdian pada masyarakat ini. Materi pelatihan ini adalah : (a) Pengenalan secara umum fungsi dan manfaat pengeditan foto produk menggunakan aplikasi photo room pendekatan research and development, (b) pengenalan prosedur praktis dalam penggunaan aplikasi photo room dengan pendekatan research and development, dan (c) Latihan mengedit foto produk usaha menggunakan aplikasi photo room.

Tabel 1. Tahapan uraian kegiatan metode

TAHAPAN	URAIAN KEGIATAN	METODE
TAHAPAN PERSIAPAN	1. Koordinasi dengan mitra	Survei lapangan (luring)
	2. Analisis kebutuhan	Survei lapangan (luring)
	3. Mengurus surat kesediaan bekerja sama sebagai mitra pengabdian	Survei lapangan (luring)
	4. Pengisian <i>informed consent</i>	Google form
	5. Penyusunan modul dan instumen kegiatan berdasarkan hasil analisis kebutuhan	

TAHAPAN	URAIAN KEGIATAN	METODE
TAHAPAN PELAKSANAAN	Sesi 1. Orientasi pelatihan	
	1. Pembukaan	Penjelasan secara verbal lisan
	2. <i>Pre-test</i>	<i>Google form</i>
	3. Kontrak pelatihan dan pohon harapan	Diskusi interaktif
	Sesi 2. Sosialisasi Aplikasi Photoroom	
	1. Penjelasan mengenai pentingnya photo produk	Ceramah dan tanya jawab
	2. Penjelasan mengenai cara memfoto produk	Ceramah dan tanya jawab
	Sesi 3. Pelatihan penggunaan Aplikasi Photoroom	
	1. Penjelasan dan praktik penggunaan photo room	Ceramah, praktik, dan tanya jawab
	2. Penjelasan dan praktik edit photo menggunakan photo room	Ceramah, praktik, dan tanya jawab
	3. Penjelasan dan praktik <i>copy writing</i> produk	Ceramah, praktik, dan tanya jawab
	4. Simulasi mandiri pengoperasian photo room	
	Sesi 4. Evaluasi dan Penutup	
	1. Evaluasi dan Post Test	Google Form
2. Penutup	Penjelasan secara verbal lisan	
TAHAPAN TINDAK LANJUT	Menindaklanjuti kegiatan pasca pelatihan (satu minggu setelah pelatihan)	Google Form (open-ended questionnaire)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil pengabdian kepada Masyarakat

Pelatihan Menggunakan Aplikasi Photo Room Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Branding Produksi Umkm Di Wilayah Kelurahan Bandarjo Ungaran Barat. Pelatihan menggunakan photoroom ini dilakukan sebagai salah satu solusi untuk meningkatkan penjualan dari produk UMKM karena pada saat ini persaingan semakin ketat maka perlu ada usaha untuk membuat produk UMKM ini lebih menarik dan mampu menggaet konsumen. Kegiatan pelatihan menggunakan PhotoRoom dilakukan untuk menambah wawasan mengenai media aplikasi yang dapat membantu mempermudah peserta pelatihan dalam mempermudah kegiatan promosi produknya. Serta dapat membantu peserta pelatihan dalam mengelola konten promosi produk yang dijualnya.

Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah masyarakat kelurahan Bandarjo Ungaran Barat yang memiliki UMKM. Kegiatan pemberdayaan dilaksanakan pada Jum'at, 15 Juli 2022 yang diikuti oleh 15 orang. Kegiatan dilaksanakan secara luring dengan protokol kesehatan yang ketat dan berjalan dengan lancar serta terlihat antusiasme yang tinggi pada peserta dimulai saat awal hingga akhir praktik. Rangkaian kegiatan diawali dengan pembukaan oleh ketua tim Bapak Hendra Dedi Kriswanto, M.Pd dalam sambutannya menyampaikan urgensi penjualan secara daring di era pasca pandemi covid-19 saat ini. Harapan ke depan, setelah pelaksanaan kegiatan ini para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan sosial media untuk meningkatkan penjualan.

4.1.1 Demonstrasi penggunaan aplikasi

Kegiatan ini menghadirkan instruktur ahli dengan didampingi oleh mahasiswa. Kegiatan diawali dengan pematerian bagaimana mengoptimalkan foto produk untuk menjadi daya tarik bagi calon konsumen. Setelah itu, menunjukkan hasil foto produk yang telah dibuat sebelumnya oleh instruktur.

4.1.2 Praktik penggunaan aplikasi photoroom

Pada awal materi peserta diberikan latihan soal untuk mengetahui kedalaman materi peserta terhadap topik terkait. Setelah peserta mengerjakan post test, instruktur memberikan link aplikasi untuk peserta menginstall pada smartphone pribadinya. Sebelum menginstall aplikasi *photoroom*, instruktur menginstruksikan peserta untuk mengaktifkan jaringan data agar dapat menginstall aplikasi dengan sempurna. Ketika peserta sudah selesai menginstall aplikasi, kemudian peserta diminta untuk memfoto objek yang disediakan instruktur. Peserta diberikan kebebasan untuk memilih sudut pengambilan foto sesuai dengan kebutuhan dan selera masing-masing. Kemudian peserta diinstruksikan untuk melakukan editing foto sesuai dengan selera masing-masing, peserta diberikan kebebasan untuk berkreasi. Instruktur mengarahkan peserta memilih design katalog sesuai yang diinginkan, memilih jenis font, mengatur cahaya, mengatur bayangan foto dan menambahkan elemen-elemen menarik lainnya sesuai kebutuhan produk.



Gambar 1. Peserta sedang praktek menggunakan photoroom

Selanjutnya, peserta diarahkan untuk membuat caption atau keterangan foto produk sebelum di upload pada sosial media masing-masing. Ketentuan caption yang diberikan oleh instruktur, antara lain yaitu adanya informasi mengenai 5W+1H pada foto produk. Peserta dengan hasil foto dan caption terbaik diberikan hadiah oleh ketua tim pengabdian sebagai bentuk apresiasi. Setelah semua proses editing foto dan caption dilakukan, selanjutnya peserta mengupload pada akun sosial media, sebagian besar peserta yang terdiri dari ibu-ibu memilih untuk mengabadikan melalui whatsapp baik status maupun grup. Sebagai penutup kegiatan peserta diminta untuk mengisi link pretest yang telah disediakan melalui g-form.

4.2 Pembahasan

Pelatihan penggunaan aplikasi Photo Room sebagai strategi untuk meningkatkan branding produksi UMKM di Kelurahan Bandarjo Ungaran Barat telah dilaksanakan dengan sukses pada

tanggal 15 Juli 2022. Kegiatan ini diikuti oleh para pelaku UMKM di wilayah tersebut dengan antusiasme yang tinggi.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Photoroom

Berdasarkan hasil pelatihan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Photo Room terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas foto produk UMKM. Aplikasi ini mudah digunakan dan menyediakan berbagai fitur yang dapat membantu pelaku UMKM untuk menghasilkan foto produk yang menarik dan profesional.

Selain itu, pelatihan ini juga memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM dalam hal memberikan pengetahuan dan keterampilan baru bagi para pelaku UMKM dalam hal pengeditan foto produk. Hal ini memungkinkan mereka untuk menghasilkan foto produk yang lebih baik dan menarik. Pelatihan ini juga membantu meningkatkan kepercayaan diri para pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka secara online. Dengan memiliki foto produk yang berkualitas, mereka akan lebih yakin untuk mempromosikan produk mereka kepada calon pelanggan. Serta meningkatkan penjualan menggunakan foto produk yang berkualitas dapat membantu meningkatkan penjualan produk UMKM. Hal ini karena foto produk yang menarik dapat menarik perhatian calon pelanggan dan membuat mereka tertarik untuk membeli produk tersebut. Secara keseluruhan, pelatihan penggunaan aplikasi Photo Room sebagai strategi untuk meningkatkan branding produksi UMKM di Kelurahan Bandarjo Ungaran Barat merupakan kegiatan yang bermanfaat dan memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM di wilayah tersebut.

5. KESIMPULAN

Pemberdayaan masyarakat melalui Pelatihan Menggunakan Aplikasi Photo Room Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Branding Produksi UMKM Di Wilayah Kelurahan Bandarjo Ungaran Barat telah terselenggara pada hari Jumat, 15 Juli 2022. Antusias peserta terlihat dari kesigapan dan berlangsungnya tanya jawab dengan instruktur serta dengan peserta lain apabila ada masalah dalam praktik. Tindak lanjut kegiatan ini ialah peserta pelatihan dapat memanfaatkan aplikasi PhotoRoom sebagai media yang digunakan untuk membuat konten media promosi produknya serta untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi peserta pelatihan dalam bisnisnya. Daya tarik desain produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Semakin tinggi daya tarik desain produk maka minat beli terhadap produk tersebut akan semakin tinggi.

Pelatihan ini diharapkan akan memberikan manfaat kepada UMKM di wilayah Bandarjo pada khususnya dan Kabupaten Semarang pada umumnya, Pelatihan ini sesuai dengan perkembangan

teknologi yang ada dan dimanfaatkan oleh para pengusaha kecil dan menengah, Aplikasi yang mudah digunakan dan dipelajari memungkinkan aplikasi ini bisa meningkatkan kejelasan dari produk dan juga foto yang lebih profesional lagi. Strategi membangun branding merupakan sebuah bekal pelatihan yang amat penting dalam membantu mengembangkan aspek kognitif para pelaku UMKM, bahwa sebuah proses membangun brand yang kuat dapat mengubah bisnis dari pemain kecil menjadi brand besar yang sukses. Bahwa seiring meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap brand, maka penjualan juga akan meningkat drastis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih Kepada Tim Pengabdian Kepada Masyarakat, Yogi Swaraswati, Ilyas dan Amin Yusuf, sehingga dapat berjalan dengan lancar dan mampu memberikan kontribusi yang baik kepada UMKM di sekitar Desa Bandarjo Ungaran Barat Kabupaten Semarang

REFERENSI

- Alfin, A. (2021). Analisis Strategi Umkm dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552.
- Anggraeni, P. N., Syafa Herdiani, Tin Rustini, & Muh. Husen Arifin. (2022). Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi Terhadap Perkembangan Sosial Anak. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(1), 144–147. <https://doi.org/10.37304/jpips.v14i1.4743>
- Atichasari, A. S., & Marfu, A. (2023). The Influence of Tax Policies on Investment Decisions and Business Development of Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises (MSMEs) and its Implications for Economic Growth in Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 6(07), 3290-3296 <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i7-32>
- Danilov, A. N., Bezniuk, D. K., Bogdevich, I. M., Vodopiyarov, P. A., Volotovskiy, I. D., Zelenkov, A. I., Mamedov, A. K., Mojeiko, M. A., Rubanau, A. V., Titarenko, L. G., & Shcherbin, V. K. (2022). Modern society: new challenges and risks. *Journal of the Belarusian State University. Sociology*, 4, 12–33. <https://doi.org/10.33581/2521-6821-2022-4-12-33>
- Hamdan, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 1-8. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>
- Hordienko, T., & Filonenko, O. (2022). Theoretical Fundamentals Of Training As A Special Form Of Teaching Future Primary School Teachers. *Research Notes. Series "Psychology and Pedagogy Research"*; (Nizhyn Mykola Gogol State University), (2), 96-104. <https://doi.org/10.31654/2663-4902-2022-PP-2-96-104>
- Juniarti, S. (2016). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Universitas Pgrri Palembang. *Media Wahana Ekonomika*, 12(4), 88–103.
- Lucchini, R. G., McDiarmid, M., van der Laan, G., Rosen, M., Placidi, D., Radon, K., Ruchirawat, M., Kurtz, L., & Landrigan, P. (2018). Education and Training: Key Factors in Global Occupational and Environmental Health. *Annals of Global Health*, 84(3), 436–441. <https://doi.org/10.29024/aogh.2328>
- Mamaqi, E. (2023). The Role of Trainings in the Development and Enhancement of Work Performance in the Public and Private Sector. *Interdisciplinary Journal of Research and Development*, 10(1), 107. <https://doi.org/10.56345/ijrdv10n1s115>
- Meidita, A. (2019). Pengaruh Pelatihan dan Kompetensi Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Motivasi Kerja. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 226–237. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3772>
- Nugraheny, D., Pujiastuti, A., Sudaryanto, S., Wintolo, H., Agustian, H., Aryanto, S., Indrianingsih, Y., & Honggowibowo, A. S. (2022). Pendampingan dan pelatihan cara pengambilan foto produk UMKM untuk pemasaran di media sosial. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 23–30. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1017>
- Okuney, R. (2023). Common Problems in Today's Society. In *The Psychology of Evolving Technology*. Apress, Berkeley, CA. https://doi.org/10.1007/978-1-4842-8686-9_10

- Pareraway, A. S., Kojo, C., & Roring, F. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja, Pelatihan, Dan Pemberdayaan Sdm Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Pln (Persero) Wilayah Suluttenggo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1828–1837.
- Raja, B. (2023). Recent Advances in Technological Developments. In *Cutting-Edge Technologies in Innovations in Computer Science and Engineering*. San International Scientific Publications. <https://doi.org/10.59646/csebookc13/004>
- Rifai, M., Prihantoro, K., & Suwarno, P. (2022). E-Commerce Berbasis Penduduk Muslim Sebagai Pendorong Ekonomi Kerakyatan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(1), 162-168.
- Safwan, M., & Ariffin, A. A. (2019). Educational Training Intervention On Workplace Violence Among Healthcare Workers. *Public Health and Clinical Sciences*, 6(5), 56–69.
- Sari, R. P., & Santoso, D. T. (2019). Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*, 3(1), 37–42.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Siregar, E. (2018). Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Pendidikan dan Pelatihan (Diklat) Dalam Upaya Pengembangan SDM. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 11(2), 157–164.
- Sulaeman, M. M. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16-22. <https://doi.org/10.30736/jab.v2i01.34>
- Trach, J. (2020). Scientific And Technological Progress In The Context Of Development Of “Technological” Society. *Culture and Arts in the Modern World*, 21, 172–181. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.21.2020.208252>
- Yose, R. F. (2023). Job Creation Efforts through Empowering Micro, Small and Medium Enterprises. *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 1211–1214. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v2i2.719>

THIS PAGE INTENTIONALLY LEFT BLANK