

## **Pelatihan Pengambilan dan Teknik *Editing* Foto Produk Kerajinan Tangan pada UMKM Bali *Artshop***

**<sup>1\*</sup>Yohanes Priyo Atmojo, <sup>2</sup>Florentina Tatrini Kurniati, <sup>3</sup>I Made Darma Susila, <sup>4</sup>Dandy  
Pramana Hostiadi, <sup>5</sup>Roy Rudolf Huizen, <sup>6</sup>Erma Sulistyono Rini**  
Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali<sup>1,2,3,4,5,6</sup>  
\*Email: yohanes@stikom-bali.ac.id

---

### **ABSTRAK**

*Handicraft* merupakan kerajinan yang dikerjakan dengan tangan menggunakan teknik-teknik tertentu dan menghasilkan karya yang tidak biasa dan bernilai ekonomis. Produk *handicraft* sering ditemui di daerah objek wisata, dengan tujuan untuk menarik perhatian wisatawan dan menunjukkan ciri khas suatu daerah. Bali sebagai destinasi wisata yang terkenal di mancanegara, memiliki keragaman jenis produksi *handicraft*, salah satunya adalah Bali *Artshop*. Hasil observasi yang dilakukan, ditemukan permasalahan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu adanya keterbatasan pengetahuan dalam pengenalan produk dalam bentuk dokumentasi foto. Selama ini pengenalan produk kerajinan tangan berbentuk patung menggunakan kamera *handphone* dan tidak memiliki hasil yang berkualitas. Selain keterbatasan perangkat, teknik penyuntingan juga tidak dikuasai oleh UMKM. Sehingga dalam usulan kegiatan pengabdian dilaksanakan pelatihan pengambilan foto produk kerajinan tangan bentuk patung pada UMKM Bali *Artshop*. Kegiatan diawali dengan persiapan pemilihan patung unggulan, pengambilan foto produk kerajinan tangan dan teknik penyuntingan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan selama 5 jam. Hasil kegiatan didapatkan 50 - 70 foto dan berhasil digunakan sebagai media promosi yang diunggah dalam bentuk laman profil UMKM.

**Kata kunci :** *Kerajinan tangan, patung, UMKM.*

### **ABSTRACT**

*Handicrafts are crafts done by hand using certain techniques and produce unusual works with economic value. Handicraft products are often found in tourist attraction areas, aiming to attract the attention of tourists and show the characteristics of a region. Bali, a well-known tourist destination in foreign countries, has various types of handicraft production, including the Bali Artshop. The observations found problems in UMKM, namely the existence of limited knowledge in product introduction in the form of photo documentation. So far, the introduction of handicraft products in the form of sculptures uses a cellphone camera and needs more quality results. In addition to the limitations of the device, editing techniques still need to be mastered by UMKM. So that in counseling activities, the implementation of training on taking photos of sculptural handcrafted products at UMKM Bali Artshop. The activity begins with the preparation for selecting a featured statue, taking pictures of handicraft products, and editing techniques. The training was carried out for 5 hours. The results of the activity obtained 50 - 70 photos and were successfully used as promotional media, which were uploaded in the form of a UMKM profile website.*

**Key words:** *handycraft, statue,UMKM.*

## PENDAHULUAN

*Handicraft* sering dijumpai di beberapa destinasi wisata yang memiliki ciri khas suatu daerah (Annistri, 2021; Badan Pusat Statistika, 2020; Chung dkk, 2013). *Handicraft* diartikan juga sebagai kerajinan yang dikerjakan dengan tangan menggunakan teknik-teknik tertentu dan menghasilkan karya yang tidak biasa dan bernilai ekonomis (Getz dkk, 2019; Moise, 2012; Goldbatt, 2013). Bali sebagai destinasi wisata, kerap menghasilkan produk seni kerajinan yang memiliki nilai ekonomis tinggi yang dikerjakan secara manual menggunakan tenaga manusia (Albattat, 2020; Itani dan Hollebeek, 2021). Hasil produk *handicraft* kebanyakan merupakan hasil produksi yang digerakan oleh beberapa kelompok masyarakat dalam bentuk kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Keller, 2008).

Desa adat Talepud adalah salah satu desa adat yang berada di Desa Sebatu, Kecamatan Tegallalang yang memiliki hasil produksi produk kreasi dan seni. Salah satunya yang terkenal adalah produksi kerajinan berbahan dasar kayu atau kerajinan kayu dalam bentuk patung kayu. Usaha kerajinan patung yang cukup terkenal di daerah desa adat Talepud adalah Bali *Artshop*. Toko seni ini merupakan sebuah *gallery* atau toko seni yang menjual aneka kerajinan tangan dalam bentuk patung kayu dan didirikan oleh I Ketut Parisa. Saat ini usaha dikelola anaknya yaitu I Wayan Risa. Terdapat 300 jenis hasil produksi yang dihasilkan oleh toko seni ini, seperti patung kucing, patung hiasan dinding, pernak pernik aksesoris berbahan dasar kayu dan lainnya.

Kegiatan usaha adalah diawali pembuatan patung, pengecatan dan packing. Pemasaran produk saat ini hanya bergantung dari komunikasi personal antara pemilik dengan pelanggan tetap dan merupakan pelanggan lokal area Bali. Cenderung pelanggan tetap melakukan penjualan kembali di daerah wisata area

Kuta dan Sanur. Sehingga harga yang diberikan oleh pemilik lebih rendah sekitar 5 -15 % dari harga jual ke wisatawan yang disesuaikan dengan jenis produk. Saat ini, penjualan *export* ke mancanegara masih belum dapat dilakukan, akibat adanya keraguan pembeli dari wisatawan asing bahwa produk bukan merupakan kerajinan tangan, dan terkadang calon pembeli dari wisatawan asing melakukan kunjungan langsung ke tempat produksi kerajinan sebelum melakukan pemesanan masal. Peralatan produksi saat ini masih secara manual, tanpa menggunakan peralatan cetakan patung. Beberapa produk dicoba dipasarkan melalui aplikasi tokopedia, shoope dan *marketplace*, namun hasilnya belum optimal.

Berdasarkan hasil observasi ke UMKM, ditemui permasalahan dalam proses pemasaran produk. Permasalahan yang dimaksud adalah adanya kurangnya proses dokumentasi produk kerajinan tangan berbentuk patung. Beberapa dokumentasi foto produk yang dimiliki UMKM memiliki kualitas yang kurang dan terbatas pada beberapa produk. Faktanya beberapa calon pembeli menginginkan foto produk yang detail, dengan ketajaman foto dan varian yang dimiliki. Sehingga terkadang tidak sedikit calon pembeli membatalkan pembelian patung di toko seni ini. Beberapa kendala yang dihadapi dalam dokumentasi foto produk saat ini adalah keterbatasan kualitas perangkat kamera yaitu menggunakan *handphone* dan keterbatasan pengetahuan pemilik dalam penyuntingan foto.



Gambar 1. Observasi pada UMKM Bali *Artshop*

Merujuk pada permasalahan yang dihadapi UMKM, maka dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diusulkan

kegiatan pelatihan pengambilan dan penyuntingan foto produk kerajinan tangan berbentuk patung pada UMKM Bali *Artshop*. Kemudian dari hasil foto yang telah dihasilkan, akan didokumentasikan dalam bentuk laman profil UMKM. Tujuan dari kegiatan adalah melakukan pembaharuan dan peningkatan teknik dokumentasi foto kerajinan tangan di UMKM. Manfaat dari kegiatan adalah dapat meningkatkan teknik pemasaran melalui informasi foto produk yang tersaji dalam laman profil UMKM.

### RUMUSAN MASALAH

Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah bagaimana caranya untuk mengenalkan produk kerajinan tangan berbentuk patung yang dimiliki, sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. Produk yang ada di Bali *Artshop* sangat bervariasi. Pemilik UMKM kesulitan untuk menunjukkan produk apa saja yang dimiliki. Saat ini dokumentasi produk hanya berdasarkan foto kamera *handphone* yang memiliki kualitas ketajaman foto sangat rendah. Sehingga menyebabkan adanya kesangsian dari pembeli untuk melakukan pemesanan.

Dalam program pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, maka diusulkan kegiatan pelatihan pengambilan dan penyuntingan foto produk kerajinan tangan berbentuk patung pada UMKM Bali *Artshop*.

### METODE

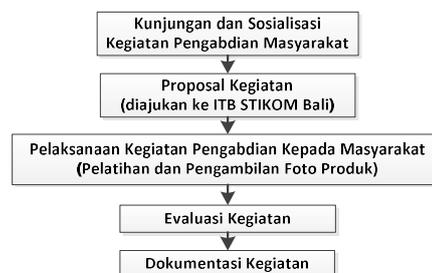
Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, metode yang dilakukan adalah **Pelatihan-pendampingan**: yaitu pelatihan pengambilan foto produk kerajinan tangan di UMKM dan **Substitusi Ipteks**: yaitu menawarkan penggunaan dan pembaharuan teknik dokumentasi menggunakan laman profil UMKM. Langkah langkah pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Observasi lapangan pada UMKM Bali *Artshop* untuk menganalisis situasi dan permasalahan yang ada.

2. Pembentukan tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan melakukan kajian terhadap teknis pelaksanaan kegiatan.
3. Pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui kegiatan pelatihan yang diusulkan yaitu pelatihan pengambilan dan penyuntingan foto produk UMKM pada Bali *Artshop*.
4. Pembuatan laporan dan dokumentasi kegiatan akhir.

#### A. Rencana Kegiatan

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan adalah pelatihan pengambilan foto produk dan penyuntingan foto produk di UMKM Bali *Artshop*. Perencanaan awal kegiatan pengabdian ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Rencana kegiatan pengabdian

Dari Gambar 2, dapat dijelaskan bahwa rencana kegiatan pengabdian terdiri dari beberapa tahap, yaitu :

1. Kunjungan dan Observasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat  
Observasi kegiatan yang dilakukan adalah melakukan kunjungan ke UMKM Bali *Arshop* di desa adat Talepud. Selain itu, dalam kunjungan dilakukan pengambilan informasi terkait dengan analisis situasi usaha, dan merangkum permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.
2. Pengajuan Usulan Kegiatan  
Pengajuan usulan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan oleh team pengusul kegiatan dalam bentuk proposal.
3. Pelatihan dan Pengambilan Foto Produk  
Pada tahap ini, dilakukan pelatihan dan pendampingan pengambilan foto produk UMKM. Kegiatan diawali

dengan menentukan produk dari Bali *Artshop* yaitu patung memiliki penjualan terlaris. Kemudian dilanjutkan dengan sesi pengambilan foto produk. Kemudian dari hasil pengambilan foto produk dilakukan penyuntingan foto untuk memberikan kualitas hasil yang optimal. Kemudian dilakukan pengunggahan hasil pengambilan foto pada laman profil UMKM.

#### 4. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan cara menghitung adanya foto produk baru yang dimiliki UMKM dan terunggah di laman profil toko seni.

#### 5. Dokumentasi dan Pembuatan Laporan Hasil Kegiatan

Proses dokumentasi kegiatan dilakukan pada saat pelaksanaan kegiatan dalam bentuk dokumentasi foto. Selanjutnya pelaporan hasil kegiatan setelah evaluasi kegiatan dilakukan. Laporan kegiatan dilakukan dalam bentuk pembuatan laporan akhir kegiatan.

### B. Agenda Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan adalah Pelatihan Pengambilan dan Penyuntingan Foto Produk Kerajinan Tangan UMKM Bali *Artshop*. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 9 Juni 2023. Kegiatan dilakukan selama 5 jam dimulai dari jam 11:00 – 16:00. Agenda kegiatan ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Agenda Kegiatan

No	Tanggal	Acara	Durasi
1	6 Maret 2023	Kordinasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pemilik toko seni Bapak I Wayan Risa (melalui komunikasi whatsapp)	30 menit
2	9 Juni 2023	Pendampingan dan pelatihan	5 jam
	11:00 – 12:00	Persiapan produk,	60

		penyiapan patung dan pembersihan patung.	menit
	12:00 – 12:30	Break Time (Istirahat siang)	30 menit
	12:30 – 15:00	Sesi Foto Produk UMKM	30 menit
	15:00 – 15:45	Pelatihan Penyuntingan Foto	45 menit
	15:45 – 16:00	Diskusi dan Evaluasi	15 menit

### PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini dilakukan pada tanggal 9 Juni 2023. Kegiatan ini diawali dengan kegiatan pemilihan produk berupa patung yang akan diambil sebagai dokumentasi foto. Kemudian foto dibersihkan dan dipersiapkan untuk sesi foto. Terdapat 70 jenis patung yang difoto. Kegiatan pengambilan foto berlangsung selama 5 jam bertempat di lokasi Bali *Artshop*. Pelatihan pengambilan foto produk diikuti oleh pemilik UMKM yaitu Bapak I Wayan Risa. Kemudian dilakukan pelatihan penyuntingan foto produk. Pada tahap pelatihan penyuntingan foto, dilakukan hanya sample 1 – 3 foto. Kemudian atas keinginan pemilik, foto yang telah penyuntingan kemudian diunggah pada laman dari hasil kegiatan pengabdian pertama. Pengambilan foto ditunjukkan pada Gambar 3, contoh foto produk ditunjukkan pada Gambar 4 dan hasil penyuntingan ditunjukkan di Gambar 5.



Gambar 3. Proses pengambilan foto produk UMKM

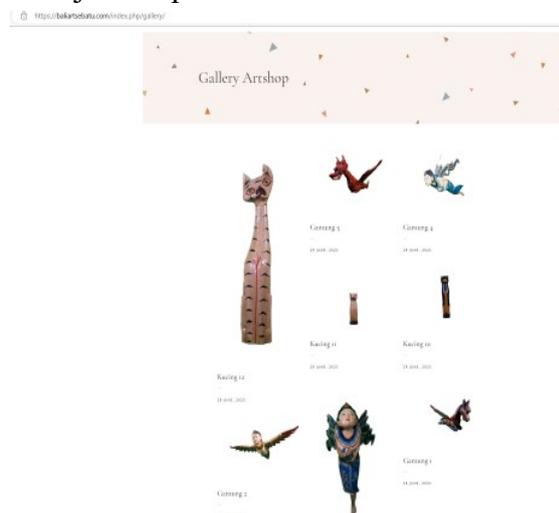


Gambar 4. Contoh foto produk UMKM



Gambar 5. Hasil penyuntingan foto produk

Setelah melakukan penyuntingan foto, foto produk diunggah ke dalam laman profil UMKM yang berada di laman profil UMKM Bali Artshop: <https://baliartsebatu.com/index.php/gallery> Hasil pengunggahan foto produk ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Hasil Unggah Foto Produk pada Laman

## SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah:

1. Peserta kegiatan pelatihan mampu melakukan pengambilan foto produk UMKM dan melakukan proses *penyuntingan* foto.
2. Pada proses pengambilan foto dilakukan pengambilan foto dan proses penyuntingan sebanyak 50 – 70 foto produk patung.
3. Telah berhasil diunggah hasil pengambilan foto pada laman profil UMKM Bali Artshop. Pada laman Bali Art Shop | Gallery Artshop ([baliartsebatu.com](http://baliartsebatu.com)).
4. Peserta kegiatan mampu dan berhasil memasukkan data transaksi keuangan dan memiliki informasi berupa grafik keuangan dalam kategori pemasukan, pengeluaran sehingga memudahkan untuk memantau aliran kas.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali dan jajarannya serta kepada UKM Bali Artshop yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albattat, A. (2020) 'The Impact of Online Marketing in Travel Agency', in Hassan, A. and Sharma, A. (eds) *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*. Emerald Publishing Limited, pp. 85–96. doi: 10.1108/978-1-83982-688-720201006.
- Annistri, A. (2020). 8 Layanan Wisata Virtual, Tinggal Rebahan Bisa Keliling Dunia. CekAja. Retrieved 19 October 2021, from <https://www.cekaja.com/info/wisata-virtual>.
- Badan Pusat Statistika. (2020). Laporan Survei Wisatawan Nasional (Outbound) Tahun 2019 (pp. 10 & 23). BPS RI Budhiman, I. (2021). 15 Tempat Wisata Terkenal yang Bisa

- Dikunjungi Lewat Virtual Tour. 99.co. Retrieved 19 October 2021, from <https://www.99.co/blog/indonesia/tempat-wisata-virtual-tour/>.
- Chung, J., Lee, J. and Heath, R. (2013) 'Public relations aspects of brand attitudes and customer activity', *Public Relations Review*, 39, pp. 432–439. doi: 10.1016/j.pubrev.2013.05.001.
- CANDRIKA TRAVEL | Virtual Tour (@candrika.travel) on Instagram — IGBlade analytics and insights. IGBlade. (2021). Retrieved 20 October 2021, from <https://igblade.com/instagram/candrika.travel>.
- Getz, D. and Page, S. J. (2019) *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.
- Goldblatt, J. (2013) *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. Wiley (The Wiley Event Management Series). Available at: <https://books.google.co.id/books?id=WQOJAqAAQBAJ>.
- Itani, O. and Hollebeek, L. (2021) 'Light at the end of the tunnel: Visitors' virtual reality (versus in-person) attraction site tour-related behavioral intentions during and post-COVID-19', *Tourism Management*, 84, p. 104290. doi: 10.1016/j.tourman.2021.104290.
- Keller, K. L. (2008) *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson/Puuttyrentice Hall. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=32FyPwAACAAJ>.
- Moise, D., Bogdan, G. and Daniel, Z. (2012) 'The Use of Event Marketing Management Strategies'. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.06.448.