

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN FOTO DAN VIDEO PRODUK UMKM BERBASIS AI UNTUK OPTIMALISASI BRANDING DIGITAL

Dahlia Natalia¹, Dian Irma Aprianti^{2*},

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Samarinda, Indonesia

^{2*} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Samarinda, Indonesia

Email: ^{1*} Dahlia.natalia@uwgm.ac.id ^{2*} Dianirma@uwgm.ac.id

Abstract

UMKM often face challenges in marketing their products digitally due to limited resources and the ability to create engaging visual content. This community service program aims to provide assistance to UMKM in Samarinda, especially participants who join through the Ministry of Manpower in the weekend training program, in creating product photos and videos using Artificial Intelligence (AI) technology. The mentoring activities include training on using AI to produce quality visual content, hands-on practice in photo and video creation, and digital marketing strategies to increase the competitiveness of UMKM products. It is hoped that through this community service, UMKM can improve the quality of promotions, expand market reach, and maximize online sales potential.

Keywords: *UMKM, Artificial Intelligence (AI) technology, digital marketing.*

Abstrak

UMKM sering menghadapi tantangan dalam memasarkan produk secara digital karena keterbatasan sumber daya dan kemampuan membuat konten visual yang menarik. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM di Samarinda khususnya peserta yang bergabung melalui kemenaker dalam program weekend training, dalam pembuatan foto dan video produk menggunakan teknologi Artificial Intelligence (AI). Kegiatan pendampingan mencakup pelatihan penggunaan AI untuk menghasilkan konten visual berkualitas, praktik langsung pembuatan foto dan video, serta strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. Diharapkan melalui pengabdian ini, UMKM dapat meningkatkan kualitas promosi, memperluas jangkauan pasar, dan memaksimalkan potensi penjualan secara online.

Kata Kunci: UMKM, AI teknologi, pemasaran digital

A. PENDAHULUAN

UMKM merupakan pilar strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia, terutama dalam mendorong inklusi ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi lokal [1]. Namun, meskipun jumlahnya signifikan, banyak UMKM masih menghadapi kesenjangan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam memproduksi konten visual yang efektif untuk pemasaran. Foto dan video produk yang kurang profesional tidak hanya mengurangi daya tarik konsumen, tetapi juga membatasi potensi ekspansi pasar, yang menjadi tantangan kritis di era ekonomi digital [2].

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) menawarkan peluang transformatif bagi UMKM. AI memungkinkan pembuatan konten visual berkualitas tinggi dengan efisiensi yang sebelumnya sulit dicapai oleh pelaku usaha skala kecil [3]. Namun, pemanfaatannya tidak sekadar teknis; diperlukan pemahaman kritis terhadap strategi branding, estetika visual, dan penyesuaian konten dengan perilaku konsumen digital. Tanpa pendampingan yang tepat, teknologi ini berisiko menjadi alat yang kurang optimal, bahkan menimbulkan biaya tambahan tanpa dampak signifikan.

Meski demikian, pemanfaatan AI memerlukan pemahaman strategi branding, estetika visual, dan perilaku konsumen digital. Tanpa pendampingan, AI berpotensi kurang efektif dan menimbulkan biaya tambahan. Pengabdian ini fokus pada UMKM di Samarinda, khususnya peserta program Weekend Training Kemenaker. Peserta ini memiliki motivasi kuat mengembangkan usaha dan terbuka pada penerapan

teknologi baru. Pengabdian ini juga bertujuan membekali mereka kemampuan praktis dalam menghasilkan konten visual profesional yang dapat meningkatkan daya saing usaha mereka.

Beberapa metode akan diberikan dalam hal ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui tiga pendekatan utama: 1. Pelatihan penggunaan AI untuk produksi foto dan video, mencakup praktik langsung dan evaluasi kualitas konten. 2. Pendampingan teknis dan strategis, menekankan pemilihan gaya visual, pencahayaan, dan framing agar konten lebih profesional dan menarik. 3. Integrasi strategi pemasaran digital, sehingga konten yang dihasilkan dapat memaksimalkan jangkauan dan interaksi di platform online.

B. PELAKSAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada peserta Program Weekend Training Kementerian Ketenagakerjaan (Kemenaker) yang berasal dari berbagai sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda. Peserta memiliki latar belakang usaha yang beragam, meliputi usaha kuliner, fashion, kerajinan tangan, produk kecantikan, serta usaha rumah tangga lainnya yang membutuhkan peningkatan kemampuan pemasaran digital.

Beberapa persiapan sebelum melakukan kegiatan yakni:

1. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui kombinasi metode pelatihan, peningkatan pemahaman, dan pendampingan. Metode pelatihan digunakan untuk memperkenalkan konsep dasar Artificial Intelligence (AI) dalam pembuatan foto dan video produk. Materi yang diberikan meliputi pengenalan teknologi AI untuk UMKM, penggunaan aplikasi berbasis AI dalam menghasilkan foto produk, pembuatan video promosi singkat, serta teknik penyusunan prompt yang efektif agar menghasilkan visual yang sesuai dengan karakter produk.
2. Selanjutnya dilakukan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya visual branding dalam pemasaran digital. Pada tahap ini peserta diberikan wawasan mengenai peran foto dan video produk dalam membangun citra merek, meningkatkan daya tarik konsumen, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Peserta juga diberikan contoh praktik terbaik (best practice) penggunaan konten visual dalam strategi pemasaran digital.
3. Tahap berikutnya berupa pendampingan dan konsultasi secara langsung. Peserta didampingi dalam membuat foto dan video produk menggunakan aplikasi AI, mulai dari proses pengambilan gambar produk, penyusunan prompt, proses editing, hingga publikasi konten pada platform digital. Pendampingan dilakukan secara individual maupun kelompok untuk memastikan setiap peserta mampu menerapkan teknologi AI sesuai dengan kebutuhan usahanya.

Untuk mengukur efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi melalui pre-test dan post-test guna mengetahui peningkatan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan AI dalam pemasaran digital. Selain itu, dilakukan observasi terhadap hasil foto dan video yang dihasilkan peserta serta pengumpulan umpan balik melalui kuesioner kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) untuk pembuatan foto dan video produk UMKM. Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan peserta yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan foto produk sederhana dengan kualitas visual yang kurang optimal. Selain itu, sebagian besar peserta belum pernah memanfaatkan teknologi AI dalam proses pembuatan konten pemasaran digital.

Pelaksanaan pelatihan memberikan pemahaman kepada peserta mengenai konsep dasar AI, penggunaan aplikasi AI untuk menghasilkan foto dan video produk, serta teknik penyusunan prompt yang efektif. Peserta memperoleh kesempatan melakukan praktik langsung dengan menggunakan produk masing-masing sehingga materi yang diberikan dapat diterapkan secara nyata sesuai kebutuhan usaha.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, nilai rata-rata peserta meningkat dari 58,4 menjadi 85,7 atau mengalami peningkatan sebesar 46,7%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan peserta mengenai pemanfaatan AI dalam kegiatan branding dan pemasaran digital.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pemahaman Peserta

Indikator	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Pemahaman penggunaan AI	58,4	85,7
Kemampuan membuat prompt	45,2	82,6

Kemampuan membuat foto produk	60,1	88,3
Kemampuan membuat video promosi	52,8	84,5

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa seluruh indikator mengalami peningkatan. Peningkatan tertinggi terjadi pada kemampuan penyusunan prompt karena sebagian besar peserta sebelumnya belum mengenal teknik komunikasi dengan aplikasi AI untuk menghasilkan visual yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran.

Selain peningkatan pemahaman, kegiatan ini menghasilkan luaran berupa foto produk dan video promosi berbasis AI yang dapat digunakan peserta dalam aktivitas pemasaran digital. Sebagian besar peserta berhasil menghasilkan foto produk dengan kualitas visual yang lebih profesional dibandingkan sebelum pelatihan.

Salah satu luaran utama dari kegiatan pengabdian ini adalah peningkatan kualitas visual produk UMKM melalui pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI). Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta menggunakan foto produk yang diambil secara sederhana dengan pencahayaan terbatas, latar belakang yang kurang menarik, dan komposisi visual yang belum mendukung proses branding produk. Kondisi tersebut menyebabkan tampilan produk kurang profesional sehingga berpotensi menurunkan daya tarik konsumen pada platform digital.

Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, peserta mampu memanfaatkan aplikasi berbasis AI untuk menghasilkan foto produk yang lebih profesional. Teknologi AI digunakan untuk memperbaiki pencahayaan, menghilangkan latar belakang yang mengganggu, menciptakan background yang sesuai dengan karakter produk, serta meningkatkan kualitas visual secara keseluruhan. Hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan AI dapat menjadi solusi praktis dan ekonomis bagi UMKM dalam menghasilkan konten pemasaran yang berkualitas tanpa harus menggunakan jasa fotografer profesional.

Gambar 1

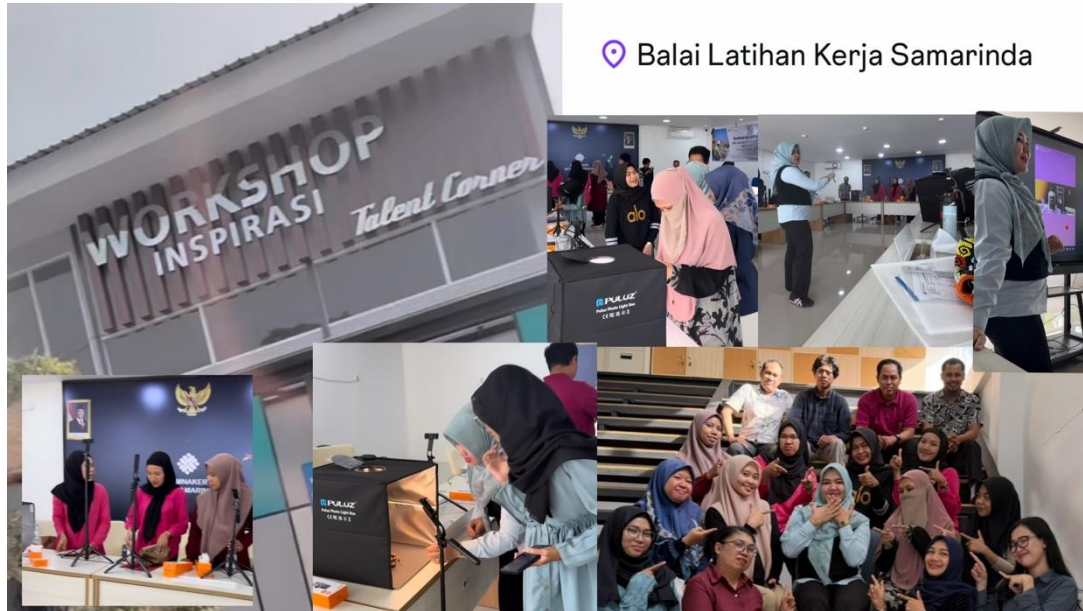


Gambar sebelum dan sesudah menggunakan teknik pelatihan AI

Perbandingan antara Gambar 1 dan Gambar 2 menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada aspek visual produk. Pada foto sebelum pelatihan, produk terlihat kurang menonjol karena pencahayaan yang tidak merata dan latar belakang yang kurang mendukung. Setelah menggunakan AI, produk terlihat lebih jelas, memiliki komposisi yang lebih menarik, serta menampilkan kesan profesional yang dapat meningkatkan citra merek. Perubahan tersebut menjadi indikator bahwa peserta telah mampu mengimplementasikan materi pelatihan secara mandiri dalam aktivitas pemasaran digital.

Selain menghasilkan foto produk yang lebih berkualitas, peserta juga mampu membuat konten visual yang lebih konsisten dengan identitas merek usaha masing-masing. Kemampuan ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas promosi digital dan memperkuat daya saing UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Gambar 2



Gambar Kegiatan bersama peserta UMKM *weekend training*.

Peserta juga mampu membuat video promosi singkat yang dapat dipublikasikan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business.

Implementasi solusi yang ditawarkan berhasil menjawab permasalahan utama mitra, yaitu keterbatasan kemampuan dalam menghasilkan konten visual pemasaran yang menarik. Melalui pemanfaatan AI, peserta dapat menghasilkan foto dan video produk dengan biaya yang lebih rendah, waktu produksi yang lebih singkat, dan kualitas visual yang lebih baik dibandingkan metode konvensional.

Keberhasilan program juga didukung oleh tingginya antusiasme peserta dalam mengikuti praktik dan pendampingan. Peserta menunjukkan minat yang tinggi terhadap penggunaan teknologi baru yang dapat membantu pengembangan usaha. Selain itu, ketersediaan aplikasi AI yang mudah diakses melalui perangkat telepon pintar menjadi faktor pendukung dalam implementasi program.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala selama pelaksanaan kegiatan. Sebagian peserta masih memiliki keterbatasan literasi digital sehingga membutuhkan pendampingan lebih intensif dalam penggunaan aplikasi AI. Kendala lainnya adalah perbedaan spesifikasi perangkat yang digunakan peserta serta keterbatasan akses internet pada saat praktik berlangsung.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan dan pendampingan ini berhasil meningkatkan kompetensi peserta dalam memanfaatkan teknologi AI untuk kebutuhan branding digital. Luaran yang dihasilkan berupa peningkatan pengetahuan, keterampilan penggunaan AI, serta terciptanya foto dan video produk yang lebih menarik menunjukkan bahwa program pengabdian memberikan dampak positif terhadap penguatan daya saing UMKM di era digital.

D. PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan pembuatan foto dan video produk berbasis Artificial Intelligence (AI) bagi pelaku UMKM peserta Program Weekend Training Kementerian Ketenagakerjaan di Kota Samarinda telah terlaksana dengan baik. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi AI sebagai sarana pendukung branding dan pemasaran digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengimplementasikan penggunaan AI untuk menghasilkan foto dan video produk yang lebih menarik, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan

pemasaran digital. Peningkatan kemampuan peserta terlihat dari hasil evaluasi pre-test dan post-test, praktik pembuatan konten visual, serta kemampuan peserta dalam menghasilkan luaran berupa foto dan video promosi yang siap digunakan pada berbagai platform digital.

Keberhasilan program didukung oleh tingginya antusiasme peserta, relevansi materi dengan kebutuhan UMKM saat ini, serta kemudahan akses terhadap berbagai aplikasi AI yang digunakan selama pelatihan. Adapun faktor penghambat yang ditemui antara lain masih beragamnya tingkat literasi digital peserta, keterbatasan spesifikasi perangkat yang digunakan, dan kualitas jaringan internet yang belum merata selama proses praktik berlangsung.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, khususnya dalam menghasilkan konten pemasaran yang lebih efektif dan kompetitif.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, disarankan agar program pelatihan dan pendampingan pemanfaatan AI bagi UMKM dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas. Kegiatan lanjutan dapat difokuskan pada pengembangan strategi digital marketing, optimalisasi media sosial, pemanfaatan AI untuk pembuatan konten pemasaran yang lebih kompleks, serta analisis performa konten digital.

Selain itu, diperlukan pendampingan yang lebih intensif pascapelatihan untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan teknologi AI secara konsisten dalam aktivitas usahanya. Kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah, dan komunitas UMKM juga perlu diperkuat guna mendukung transformasi digital UMKM yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Ketenagakerjaan melalui Program Weekend Training yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh peserta UMKM yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung serta kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda atas dukungan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

E. DAFTAR PUSTAKA

1. Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Kar, A. K., et al. (2021). *Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy*. International Journal of Information Management, 57, 101994.
2. Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Statistik UMKM Indonesia 2022. Jakarta: Kemenkop UKM.
3. Suryani, N., Rahmawati, D., & Fadilah, R. (2021). Tantangan Pemasaran Digital UMKM di Era Pandemi. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 7(1), 45–54.