

Peningkatan Minat Beli Produk Rotan Andi Rattan Furniture Melalui Media Fotografi

LAPORAN AKHIR
PKM TEMATIK



Priaji Iman Prakoso, M.Sn

199502032022031009/0003029502

Anggota:

Pratita Rara Raina, S.H., M.B.A.

199106192022032014/0019069105

M. Harun Rosyid Ridlo, M.Sn.

199403072022031014/0707039402

Hessa Rangga Suryadi

221521035

Jagaddhita Putro Asmoro

221541046

Gibran Arham Syahidan

231511015

Dibiayai DIPA ISI Surakarta Nomor: SP DIPA-023.17.2.677542/2024

Tanggal 24 November 2023

Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi,
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan PKM
Nomor: 882A.24/IT6.2/PM.03.03/2024

INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA

OKTOBER 2024

ABSTRAK

Rotan merupakan sumber daya alam yang telah digunakan secara beragam oleh masyarakat Indonesia. Industri kerajinan rotan sudah tumbuh dan berkembang di Indonesia sejak lama, termasuk sentra industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo. Seiring berjalannya waktu, industri rotan telah menunjukkan kinerja ekspor yang besar, di Gatak sendiri pemasaran ekspor pada industri rotan didominasi pada perusahaan korporasi. Sementara pengrajin kecil kurang mendapatkan *exposure* pada tingkat global, mereka akhirnya menggunakan pihak ke-3 (makelar) sebagai jalan untuk mencapai pasar ekspor. Salah satu pengrajin yang merasakan dominasi tersebut adalah Andi Rattan Furniture. Kehadiran pihak ke-3 sebagai mediator pasar ekspor memang cukup membantu pada awalnya, namun biaya yang ditentukan pihak ke-3 semakin lama membuat Andi merasa memiliki margin keuntungan yang didapat tidak sebanding dengan pekerjaan yang telah dilakukannya. Di satu sisi, peran pemasaran untuk mencari jaringan konsumen, mitra, atau pemasok baru yang dapat membantu keberlangsungan jalannya usaha, tidak ditemukan pada struktur usaha Andi Rattan. Sehingga efektivitas kegiatan pemasaran baik *offline* maupun *online* tidak terlaksana dengan baik.

Melalui dukungan pihak institusi dengan adanya kesepakatan kerjasama antara institusi-mitra dalam bentuk *MoA* nomor 3570/IT6.4/HK.06.00/2024. Tim Pengabdian ISI Surakarta melakukan Program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan menggunakan pendekatan riset aksi partisipatoris PAR (*Participatory Action Research*) yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Dengan harapan dapat memberi wawasan dan solusi atas permasalahan/kebutuhan Andi Rattan Furniture dalam aspek pengelolaan usaha melalui rencana pelatihan dan pendampingan tentang tata kelola usaha, meliputi penyusunan struktur organisasi, perataan peran SDM pada usaha mitra, keunggulan produk, dan penjangkaran stakeholder. Kemudian pada aspek promosi akan diberikan pelatihan dan pendampingan foto produk sebagai konten visual untuk membuat katalog dan konten media sosial, kemudian memberi pelatihan serta pendampingan untuk mengelola *Instagram* serta *Shopee*, termasuk di dalamnya pelayanan *customer* dan penentuan tren pasar menggunakan analisis SWOT.

Kata kunci: kerajinan rotan, industri kreatif, pengabdian masyarakat, PAR

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang melimpah. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan teladan kehidupan yang mulia bagi umat manusia.

Laporan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan suatu wujud nyata dari dedikasi kami sebagai insan akademik dan warga masyarakat. Dengan tulus dan penuh semangat, kami berkomitmen untuk memberikan kontribusi yang berarti bagi masyarakat sekitar, sekaligus memperkaya pengalaman pendidikan dan pengembangan diri kami. Laporan ini menggambarkan perjalanan, upaya, serta hasil dari program pengabdian kepada masyarakat yang telah kami laksanakan. Masyarakat merupakan pilar utama dalam suatu negara, dan kesejahteraan mereka menjadi tanggung jawab bersama. Oleh karena itu, kami merasa terpanggil untuk bersama-sama dengan masyarakat dalam upaya meningkatkan kualitas hidup, kesejahteraan, serta pemberdayaan mereka. Laporan ini mencerminkan tekad kami dalam menjalankan peran serta tanggung jawab sosial.

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam program pengabdian ini, mulai dari mitra Andi Rattan Furniture, ISI Surakarta, Mahasiswa yang telah membantu jalannya program ini, serta pihak-pihak terkait lainnya. Semua dukungan, kerja sama, serta bimbingan yang diberikan telah menjadi pendorong utama kesuksesan program ini. Semoga laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai tujuan, pelaksanaan, serta dampak yang dihasilkan dari pengabdian kepada masyarakat yang telah kami lakukan. Semoga pula laporan ini dapat menjadi inspirasi bagi semua pihak yang peduli terhadap pengembangan masyarakat dan pembangunan yang berkelanjutan.

Akhir kata, kami mengharapkan agar laporan ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi yang bermanfaat bagi pembaca serta semakin memotivasi kita semua untuk terus berkontribusi dalam pembangunan masyarakat yang lebih baik. vi Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat, petunjuk, dan keberkahan atas segala upaya kita.

Hormat kami,

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat DIPA 2024

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
ABSTRAK.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI.....	5
BAB I. PENDAHULUAN	6
A. Analisis Situasi	6
B. Permasalahan Mitra.....	8
BAB II. PERMASALAHAN DAN SOLUSI	9
A. Permasalahan Prioritas.....	9
B. Solusi Permasalahan.....	9
BAB III. METODE PELAKSANAAN.....	12
A. Peran Anggota Tim Pengusul.....	14
B. Target dan Luaran	15
C. Luaran Akademik dan Institusi:	16
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	17
BAB V. PENUTUP	23
DAFTAR PUSTAKA	24

BAB I. PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Rotan merupakan sumber daya alam yang telah digunakan secara beragam oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat pedesaan biasa menggunakannya dalam pembuatan berbagai kerajinan tangan untuk memenuhi kebutuhan hidup seperti anyaman, pertalian untuk peralatan rumah tangga, atap, dan lain sebagainya[1]. Kemudian hal tersebut berkembang menjadi sebuah industri kerajinan untuk kepentingan ekonomi.

Industri kerajinan rotan sudah tumbuh dan berkembang di Indonesia sejak lama, termasuk sentra industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo. Kecamatan Gatak telah membuat kerajinan rotan sejak tahun 1940. Setelah melewati pasang surutnya dunia industri, muncul gagasan untuk mendirikan desa wisata berbasis edukasi tentang kerajinan rotan. Pada tahun 2015 didirikanlah Desa Wisata Rotan Trangsan untuk mengembangkan potensi ekonomi wisatanya.

Seiring berjalannya waktu, industri rotan telah menunjukkan kinerja ekspor yang besar, di Gatak sendiri pemasaran ekspor pada industri rotan didominasi pada perusahaan korporasi. Sementara pengrajin kecil kurang mendapatkan *exposure* pada tingkat global, mereka akhirnya menggunakan pihak ke-3 (makelar) sebagai jalan untuk mencapai pasar ekspor. Meskipun secara kualitasnya produk pengrajin tidak kalah dari perusahaan korporasi dan cenderung lebih terlihat dinamis karena proses pengerjaan yang tradisional dan terdapat sentuhan *handmade*. Oleh karena hal tersebut, pengrajin rotan tradisional di sana sudah mulai berkurang jumlahnya. Salah satu pengrajin yang merasakan dominasi tersebut adalah *Andi Rattan Furniture*.

Andi Rattan Furniture berlokasi di Jl. Dukuh, RT.02/RW.06, Kerten, Trangsan, Kec. Gatak, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57557. Andi Wibowo mendirikan Andi Rattan Furniture sejak tahun 2008 silam. Andi mendayagunakan masyarakat sekitar untuk membantunya pada proses produksi kerajinan rotan. Terdapat 14 pegawai bagian produksi yang terbagi menjadi bagian kerangka, bagian *bending*, bagian iket, anyam, dan amplas. Melalui hal tersebut Andi Rattan yang berfokus pada pembuatan furnitur, dapat memproduksi sekitar berapa pcs dalam waktu berapa lama. Produk tersebut telah didistribusikan keluar kota seperti Yogyakarta dan Bali. Bahkan melalui pihak ke-3, produk Andi Rattan telah mencapai pasar ekspor, hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produknya tidak kalah dari perusahaan korporasi. Sehingga dalam setahun Andi Rattan dapat menjual beberapa jenis produk yang berbeda dan meraup keuntungan kurang lebih Rp 75.000.000,- per tahunnya. Kehadiran pihak ke-3 sebagai mediator pasar ekspor memang cukup membantu pada awalnya, namun biaya yang ditentukan pihak ke-3 semakin lama membuat Andi merasa memiliki margin keuntungan yang didapat tidak sebanding dengan pekerjaan yang telah dilakukannya.

Melalui pengamatan langsung di lokasi mitra, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ISI Surakarta menemukan jika susunan anggota usaha dari Andi Rattan hanya terdiri dari bagian produksi saja, sementara peran administrasi dan pemasaran tidak terlihat di dalamnya. Sehingga

selama ini proses pencatatan dan pemasaran dilakukan Andi seorang, selanjutnya konsumen yang membeli, mayoritas adalah pelanggan lama. Meskipun pelanggan lama yang membeli ulang adalah hal yang baik, namun dalam hal ini tidak terjadi perluasan area pemasaran yang mana disebabkan oleh ketidakterseediaannya peran pemasaran dalam struktur usaha Andi Rattan Furniture.

Melalui wawancara lebih lanjut dengan Andi Wibowo selaku pemilik Andi Rattan, menurutnya memang dari segi pemasaran memiliki kelemahan. Terlebih lagi pada era digital, perilaku masyarakat yang selalu menggunakan media digital, menuntut pelaku usaha seperti Andi untuk menggunakan media digital sebagai sarana pemasarannya. Namun, hal tersebut sama sekali tidak tersentuh oleh mereka karena ketidakmampuan dalam mengelola media online sebagai sarana pemasaran.



Gambar 1. Gambaran Mitra Andi Rattan Furniture

Melihat kondisi tersebut, kemampuan untuk mengkomunikasikan produk rotan pun diperlukan. Fotografi tidak terlepas dari fungsinya sebagai media informasi atau pembawa pesan. Pada hakekatnya fotografi merupakan komunikasi non-verbal dan salah satu media yang juga dapat menciptakan dan memvisualkan secara objek selayaknya nyata (hiperrealitas). Media foto menjadi sebuah sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain[2]. Selain itu, sebuah foto yang dibuat dengan tujuan tertentu juga mempunyai nilai jual dan dapat digunakan untuk mempromosikan atau mengiklankan berbagai macam produk [3]. Untuk memenuhi kebutuhan industri, genre fotografi tersebut kemudian lebih dikhususkan lagi menjadi fotografi produk[4].

Fotografi produk saat ini menjadi media utama dalam memperkenalkan produk yang dimiliki pelaku usaha ke masyarakat. Calon serta memahami produk yang dijual kapanpun dan dimanapun melalui foto yang tersebar di media online. Maka, fotografi produk yang memiliki informasi secara lengkap dan mampu menumbuhkan minat beli menjadi penting untuk dikuasai oleh pelaku usaha. Foto produk yang ditampilkan oleh penjual pada media online berpengaruh signifikan terhadap minat beli calon konsumen, semakin baik foto yang ditampilkan semakin tinggi minat calon konsumen untuk membeli[5].

B. Permasalahan Mitra

Kinerja ekspor industri kerajinan rotan sudah menunjukkan angka yang besar, hal tersebut memberi dampak positif untuk mengenalkan produk tradisi asli dari Indonesia ke kancan internasional. Namun, untuk pengrajin kecil hal tersebut tidak sebaik yang terlihat. Keterlibatan pihak ke-3 menjadi dua sisi mata uang bagi mereka, di satu sisi hasil produk pengrajin dapat diperkenalkan pada pasar internasional, namun di sisi lain biaya yang harus diberikan ke pihak ke-3 sebagai jasa pemasaran global membuat profit yang didapat tidak sebanding dengan yang telah pengrajin lakukan. Karena para pengrajin lebih memilih untuk menggunakan cara tradisional dalam mengolah rotan menjadi produk jadi, bukan tanpa sebab, tetapi mereka ingin meneruskan semangat sebagai desa wisata edukasi dan metode tradisional tersebut patut untuk dilestarikan. Berdasarkan latar belakang dirumuskan beberapa permasalahan yang ada, yaitu

- Kurangnya pengelolaan peran SDM pada struktur usaha
- Tidak adanya dukungan visual untuk promosi
- Kurangnya media untuk menyebarluaskan informasi dalam menjangkau konsumen

Untuk menjawab permasalahan yang dialami mitra Tim PKM ISI Surakarta tersusun dari fasilitator ahli dalam bidang fotografi dan konsep visual sebagai penguatan media promosi untuk pemasaran digital. Disamping itu, diperkuat juga dengan fasilitator yang memiliki keahlian di bidang *marketing strategy* serta dukungan pihak institusi dengan adanya kesepakatan kerjasama dalam bentuk *MoA* nomor 3570/IT6.4/HK.06.00/2024, turut memperkuat program pengabdian ini. Dengan demikian, harapannya kebutuhan/permasalahan yang dialami mitra Andi Rattan Furniture dapat memberi wawasan serta solusi dengan kompetensi yang dimiliki ISI Surakarta.

BAB II. PERMASALAHAN DAN SOLUSI

A. Permasalahan Prioritas

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diawali dengan pengamatan langsung dan wawancara Bapak Andi Wibowo selaku pendiri Andi Rattan Furniture. Hal tersebut dilakukan guna mengetahui permasalahan aktual yang sedang dialami, kemudian akan diformulasikan solusi yang sesuai baik dari segi pemenuhan kebutuhan pasar dan kemampuan serta potensi yang dimiliki usaha Andi Rattan Furniture. Mitra yang dipilih tergolong masyarakat produktif secara ekonomi maka permasalahan yang ditemukan seputar kegiatan manajemen dan pemasaran.

Adapun uraian permasalahan adalah sebagai berikut

- Dari segi manajemen usaha perlu dibangun pemahaman terkait peran-peran khusus dalam struktur anggota usaha. Seperti peran administrasi untuk mengatur kebutuhan sebuah usaha, pembukuan, inventarisasi, dan lain sebagainya. Kemudian peran pemasaran untuk mencari jaringan konsumen, mitra, atau pemasok baru yang dapat membantu keberlangsungan jalannya usaha. Hal tersebut perlu diterapkan agar setiap anggota usaha memiliki peran spesifik yang menjadi perhatian mereka. Berkaca dari yang terjadi saat ini, semua anggota Andi Rattan berperan pada proses produksi, hanya dibedakan pada tahap produksinya, seperti menyiapkan bahan, mengolah menjadi bahan siap bentuk, kemudian finishing. Bahkan hampir seluruh tahapan tersebut juga melibatkan Bapak Andi sebagai pemiliknya, yang mana itu menjadi pemakluman ketika usaha baru berdiri 1-3 tahun, tetapi dalam hal ini Andi Rattan telah berdiri selama kurang lebih 15 tahun. Maka perlu pemahaman dan penerapan sehingga struktur usaha Andi Rattan menjadi lebih sehat dan mampu berkelanjutan.
- Dari segi pemasaran perlu diberi pemahaman terlebih dahulu terkait urgensi penerapan teknologi untuk media pemasaran. Saat ini Andi Rattan tidak menggunakan media digital sama sekali sebagai sarana pemasaran, hal tersebut menjadi salah satu penyebab adanya penurunan jumlah konsumen yang ada. Berbagai platform digital dapat digunakan untuk memperluas cakupan pemasaran. Tentunya dalam menerapkan media digital perlu didukung elemen-elemen lain yang mampu menumbuhkan minat beli konsumen, seperti foto produk, konsep visual, tata letak untuk kenyamanan audiens/konsumen, dan tulisan verbal. Namun selain menghadirkan pemasaran digital, tentunya perlu orang yang mengelolanya agar tetap *update* terhadap kebaruan yang dilakukan oleh Andi Rattan. Dengan demikian, penyusunan struktur anggota untuk memiliki peran khusus bagian pemasaran menjadi berkesinambungan dengan permasalahan sebelumnya.

B. Solusi Permasalahan

Pelaksanaan seluruh kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan oleh Tim PKM ISI Surakarta yang terdiri dari dosen, mahasiswa, dan fasilitator. Dengan demikian, diharapkan akan terjalin penguatan ilmu pengetahuan yang terpadu serta proses pembelajaran yang dialami oleh mahasiswa. Adapun rincian solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Solusi yang ditawarkan

Permasalahan	Solusi	Target Luaran	Indikator Capaian
Aspek Manajemen Usaha			
- Kurangnya pengelolaan peran SDM pada struktur usaha	Melakukan sosialisasi dan pendampingan untuk memberi pemahaman tentang tata kelola usaha, meliputi penyusunan struktur organisasi, perataan peran SDM pada usaha mitra, keunggulan produk, dan penjangkaran stakeholder	Dokumen rancangan model bisnis, analisa SWOT, dan struktur organisasi.	Tercapai, dibuktikan dengan ketersediaan dokumen terlampir.
Aspek Pemasaran			
- Tidak adanya dukungan visual untuk promosi	Melakukan pelatihan Fotografi Produk dengan melibatkan pegawai Andi Rattan yang sudah ditentukan.	Foto-foto produk hasil Andi Rattan sebagai media promosi media sosial dan <i>platforms e-commerce</i> .	Tercapai, dibuktikan dengan ketersediaan dokumen terlampir.
- Kurangnya media untuk menyebarkan informasi dalam menjangkarkan konsumen	Melakukan pelatihan dan pendampingan untuk mengelola e-commerce, termasuk di dalamnya pelayanan <i>customer</i> , dan penentuan tren pencarian (SEO)	publikasi <i>platform e-commerce</i> seperti shopee, tokopedia, bukalapak, dll	Tercapai, dibuktikan dengan ketersediaan dokumen terlampir.

Tabel 2. Hasil Riset Tim Pengusul

No.	Tim Pengusul	Program Studi	Hasil Riset
1	Priaji Iman Prakoso, S.Pd., M.Sn.	Fotografi	- Peran Karang Taruna dalam Penguatan UMKM Melalui Media Fotografi di Kelurahan Jebres

			- Fotografi Sebagai Media Dalam Meningkatkan Pengunjung Dan Menarik Minat Belajar Anak-Anak Di Taman Cerdas Soekarno Hatta Surakarta
2	Pratita Rara Raina, S.H., M.B.A.	Desain Mode Batik	Pengaruh Kondisi Emosi Terhadap Pembelian Kosmetik Secara Daring
3	M. Harun Rosyid Ridlo, M.Sn.	Desain Komunikasi Visual	Penguatan Produk Komunikasi Infografik untuk Penguatan Hak Dasar Orang dengan Sindroma Down di Lembaga Bantuan Hukum Masyarakat

BAB III. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan metode pengabdian dengan pendekatan riset aksi partisipatoris atau PAR (*Participatory Action Research*) yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Orientasi pendekatan PAR berada pada pengembangan dan transfer ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat, hal tersebut merupakan inti dari pemberdayaan yang harus selalu menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan masyarakat[6]. Maka PAR merupakan suatu pendekatan dengan tujuan sebagai proses pembelajaran dalam mengatasi masalah dan pemenuhan kebutuhan praktis masyarakat, serta produksi ilmu pengetahuan[7].

Pemberdayaan merupakan upaya untuk menciptakan sebuah masyarakat yang mandiri dan terbebas dari ketergantungan pada pihak lain, maka masyarakat menjadi pemeran utama dalam pembangunan dan perubahan[8]. Dengan demikian, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat yang beranggotakan dosen dan mahasiswa secara partisipatoris hadir menjadi fasilitator pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan pendekatan tersebut, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan menawarkan solusi atas permasalahan yang dialami dengan memetakan menjadi 2 aspek, yaitu aspek manajemen usaha dan aspek pemasaran. Kemudian setiap aspek akan dilakukan dalam beberapa tahapan dan dijalankan secara beriringan karena permasalahan yang dihadapi saling beririsan. Beberapa tahapan tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Langkah pertama adalah persiapan kegiatan yang dilakukan dengan koordinasi bersama mitra untuk mencari informasi terkait permasalahan yang dialami, dengan begitu dapat ditentukan kebutuhan aktual mitra. Melalui hasil pengamatan dan wawancara langsung dengan mitra, ditemukan permasalahan dalam aspek manajemen usaha yaitu kurang tertatanya struktur SDM usaha seperti tidak adanya pegawai khusus bagian pemasaran dan administrasi. Sementara dalam aspek pemasaran terlihat kurang mengikuti perkembangan teknologi yang ada, sehingga kurang mampu menjangkau konsumen baru.
2. Dengan mengetahui permasalahan pada aspek manajemen usaha. Tim pengusul berencana melakukan workshop tata kelola usaha, untuk terlebih dahulu membangun kesadaran dan pemahaman terkait manajemen usaha kemudian melakukan penerapan dengan mulai menyusun tata usaha yang lebih baik. Tim pengusul akan mendampingi dalam proses penatakelola usaha dan mitra berpartisipasi menjadi peserta dalam kegiatan workshop. Target luaran pada kegiatan ini adalah Dokumen Rancangan Model Bisnis yang akan digunakan sebagai pedoman mitra dalam menjalankan usahanya. Kemudian dalam proses pelaksanaannya, tim pengusul bersama mitra akan mengevaluasi kembali rancangan model bisnis yang ada dengan kondisi terbaru yang dialami mitra dalam periode 4 bulan. Dengan begitu, diharapkan mitra akan tetap dapat mengembangkan usahanya dengan menggunakan model bisnis tersebut.

3. Pada aspek pemasaran, tim pengusul berencana untuk mengembangkan sarana pemasaran menggunakan media digital. Maka dalam penerepannya perlu komponen visual seperti foto produk, konsep iklan, dan tulisan verbal. Tim pengusul terlebih dahulu akan memberipemahaman kepada mitra terkait pemasaran digital. Pentingnya penggunaan media digital dalam pemasaran saat ini serta perilaku konsumen dalam membeli produk melalui media digital. Kemudian akan dilakukan pelatihan fotografi produk kepada mitra. Tidak semua anggota dari usaha Andi Rattan akan diberi pelatihan fotografi produk, sehingga kedepannyadiharapkan bisa lebih fokus dan spesifik pada bidang yang diperankannya.

Tim pengusul berencana memanfaatkan *platform e-commerce* sebagai media pemasaran digital. Tim pengusul berencana akan melakukan sosialisasi dan workshop terkait pengelolaane-commerce serta cara beriklan melalui media tersebut, termasuk di dalamnya cara menentukan trend pencarian (SEO). Mitra akan berperan dalam pembuatan konten *e-commerce* dan mengunggahnya secara berkala. Tim pengusul akan memberikan pendampingan juga selama kegiatan pengabdian ini berlangsung. Harapannya adalah mitra akan bisa konsisten dan mampu mengelola *e-commerce* ini secara berkelanjutan.

Sehingga proses pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, dapat digambarkan pada bagan berikut ini:



Gambar 2. Bagan Proses Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada pelaksanaan tahapan kegiatan tersebut, Tim Pengusul memiliki perannya masing-masing demi kelancara dan efektivitas pelaksanaan kegiatan. Uraian peran masing-masing anggota tim pengusul adalah sebagai berikut:

A. Peran Anggota Tim Pengusul

No	Nama	Program Studi	Peran	Tugas
1.	Priaji Iman Prakoso, M.Sn	Fotografi	1. Ketua Pelaksana 2. Konsultan tata kelola operasional produksi 2. Penyusun katalog produk 3. Ketua penyusun artikel ilmiah	1. Analisa kondisi operasional produksi 2. Menyusun konsep strategi tata kelola usaha 3. Membuat konsep fotografi produk 4. Menyusun konsep portofolio untuk konten katalog 5. Menyusun artikel ilmiah
2.	Pratita Rara Raina, S.H., M.B.A.	Desain Mode Batik	1. Anggota tim 2. Penyusun strategi pemasaran digital 2. Operasional sosial media dan e-commerce 3. Tim penyusun artikel ilmiah	1. Menyusun konsep strategi pemasaran digital 2. Membuat dan mengoperasikan akun sosial media 3. Menyusun strategi pengiklanan lewat sosial media 4. Menyusun artikel ilmiah
3.	M. Harun Rosyid Ridlo, M.Sn.	Desain Komunikasi Visual	1. Anggota tim 2. Pembuatan katalog 2. Penyusunan konsep content writing dan copy writing 3. Tim penyusun artikel ilmiah	1. Membuat dan mendesain katalog 2. Menyusun konsep content Instagram 3. Membuat grand desain untuk content dan copy writing iklan produk 4. Menyusun artikel ilmiah
4.	Hessa Rangga Suryadi	Fotografi	1. Pembantu Lapangan 2. Asistensi dalam fotografi produk 2. Asistensi dalam desain company	1. Membantu dalam praktik fotografi produk dari konsep, persiapan, penyusunan produk, hingga pelaksanaan kegiatan

			profile dan katalog produk	2. Membantu dalam mendesain company profile dan katalog produk
5.	Jagaddhita Putro Asmoro	Desain Mode Batik	1. Asisten Peneliti 2. Asistensi dalam operasional sosial media 3. Asistensi dalam operasional e-commerce	1. Membantu dalam mengoperasikan akun sosial media dan kegiatan sosial media lainnya 2. Membantu dalam mengoperasikan e-commerce dan aktivitas promosi dalam lingkup digital 3. Membantu dalam tracking aktivitas digital
6.	Gibran Arham Syahidan	Desain Komunikasi Visual	1. Asisten Peneliti 2. Asistensi dalam pembuatan dan desain katalog dan konten instagram 3. Asistensi dalam content writing dan copy writing	1. Membantu dalam membuat dan mendesain katalog 2. Membantu dalam mengkonsep content yang dimasukkan dalam platform digital sosial media 3. Membantu menyusun copy writing dalam platform digital

B. Target dan Luaran

Target dan luaran Pengabdian Kepada Masyarakat:

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada mitra usaha Andi Rattan Furniture mempunyai target-target sebagai berikut:

- 1. Pengembangan Ekonomi Lokal:** Mampu meningkatkan kontribusi industri rotan, khususnya Andi Rattan Furniture terhadap perekonomian lokal, baik melalui peningkatan produksi maupun penciptaan lapangan kerja baru. Luarannya adalah pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di wilayah tersebut.

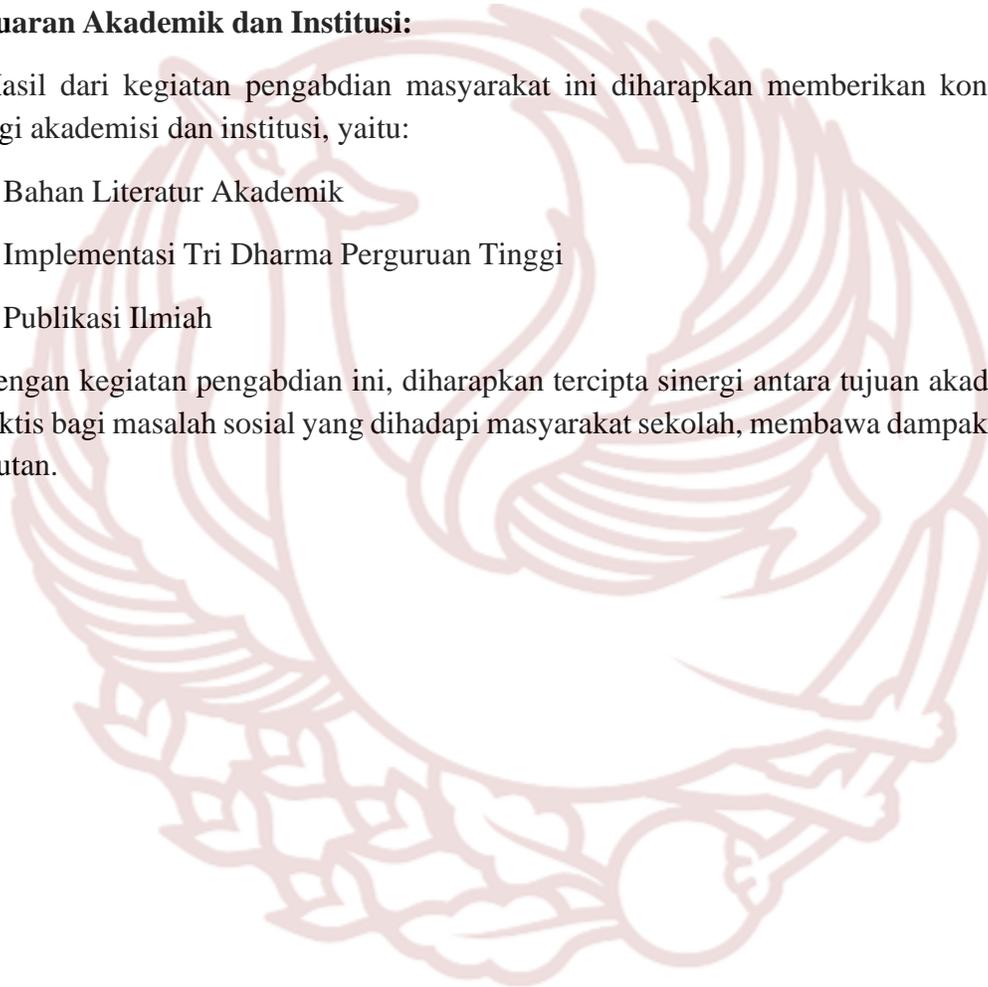
2. **Peningkatan Akses Pasar:** Membantu mitra untuk mendapatkan akses pasar yang lebih luas, baik pasar lokal maupun internasional. Luaran, meningkatkan pendapatan dan eksposur produk rotan di pasar-pasar baru, berdasar hasil pelatihan fotografi sebagai mediapromosi produk rotan di media online.
3. **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan:** Memberikan pelatihan kepada mitra di bidang manajemen usaha dan pemasaran. Melalui workshop tata kelola usaha, formulasi strategi pemasaran, dan pelatihan fotografi produk, dengan luaran agar memiliki daya saing di pasar global.

C. Luaran Akademik dan Institusi:

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan memberikan kontribusi yang berarti bagi akademisi dan institusi, yaitu:

1. Bahan Literatur Akademik
2. Implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi
3. Publikasi Ilmiah

Dengan kegiatan pengabdian ini, diharapkan tercipta sinergi antara tujuan akademik dengan solusi praktis bagi masalah sosial yang dihadapi masyarakat sekolah, membawa dampak positif yang berkelanjutan.



BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Peningkatan Minat Beli Produk Rotan Andi Rattan Furniture Melalui Media Fotografi” telah melakukan beberapa tahapan kegiatan. Minggu pertama Bulan Juni 2024, tim PKM kembali melakukan koordinasi dengan pihak mitra “Andi Rattan” untuk pelaksanaan rangkaian kegiatan sekaligus observasi lapangan lebih detail dan menyeluruh terhadap kondisi mitra. Tim pengusul dan mitra menyepakati untuk menunjuk salah satu karyawan Andi Rattan yang dinilai mampu untuk bergerak di bidang pemasaran dan administrasi, yang kemudian karyawan tersebut akan didampingi oleh tim pengusul selama masa kegiatan PKM berlangsung. Pada tahap ini, tim pengusul memulai rangkaian kegiatan PKM dari sisi internal usaha mitra. Diantaranya adalah pencatatan aspek SWOT mitra, yang kemudian akan dianalisis untuk mengetahui posisi mitra dalam persaingan pasar global. Kemudian tim pengusul memberikan penjelasan mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran, penggunaan media sosial pada keperluan kali ini difokuskan pada *platform Instagram*. Alasannya adalah karena jumlah penggunaannya yang banyak dan walaupun bukan menjadi *platform* jual beli aktif, tetapi *Instagram* dapat menjadi mini galeri dan katalog yang efektif.



Gambar 3. Proses diskusi menyepakati arah strategi pemasaran

Analisis Kebutuhan Pasar

Pada Bulan Juli tim pengusul melakukan analisis SWOT dari aspek yang sudah diidentifikasi sebelumnya. Analisis ini dilakukan guna mendapatkan strategi yang sesuai terhadap kondisi industri dan pasar. Berikut tabel identifikasi faktor dari analisis SWOT yang telah dilakukan.

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ol style="list-style-type: none">1. Produk berkualitas2. Produk bervariasi3. <i>High level clientele</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Kurangnya pengetahuan di bidang komunikasi pemasaran2. Keterbatasan manpower untuk aktivasi sosial media3. Tidak memiliki aset foto produk
OPPORTUNITIES	THREATS
<ol style="list-style-type: none">1. Dukungan pemerintah Indonesia terhadap industri furniture2. Minat pasar lokal dan internasional yang tinggi3. Peningkatan kesadaran lingkungan	<ol style="list-style-type: none">1. Banyak kompetitor dari dalam dan luar negeri2. Perubahan tren konsumen3. Tantangan logistik

Andi Rattan memiliki kelebihan dengan produknya yang berkualitas tinggi dan bervariasi mulai dari furniture kamar, outdoor, hingga kantor. Andi Rattan juga sudah memiliki pelanggan tetap dari dalam negeri seperti Bali dan Yogyakarta, hingga luar negeri. Kelebihan ini sangat mendukung peluang untuk masuk dalam stream pemasaran digital.

Dukungan dari pemerintah atas industri furniture kayu dan rotan terlihat dari berbagai fasilitas insentif untuk pelaku di industri furniture kayu dan rotan, seperti tax holiday, tax allowance, dan super deduction tax untuk R&D. Keputusan tersebut didukung oleh meningkatnya nilai ekspor yang terus meningkat. Selain itu, industri ini juga mendukung 2,6% kelompok pertumbuhan industri agro (kemenperin.go.id diakses pada 3 Agustus 2024).

Namun potensi pemasaran digital tersebut terkendala oleh minimnya pengetahuan terkait komunikasi pemasaran seperti *copywriting* dan *content writing*. Andi Rattan memiliki 14 karyawan di bidang produksi, namun tidak ada yang memiliki kemampuan untuk mengoperasikan sosial media sebagai media beriklan dan jual beli. Keterbatasan ini juga ditunjang dengan kurangnya aset foto produk yang menarik untuk dipajang pada akun sosial media maupun *e-commerce*.

Selain kelemahan tersebut, banyak juga tantangan dari dalam industri seperti banyaknya kompetitor produk serupa dengan harga yang bersaing. Perubahan tren konsumen juga salah satu hal yang dianggap sebagai kendala karena mempengaruhi perubahan permintaan dan perubahan desain produk, sehingga komunikasi yang dilakukan juga harus mengikuti. Produk furniture juga agak rentan untuk dipindahkan terutama untuk jarak jauh, jadi logistik merupakan salah satu tantangan terkuat untuk menyediakan produk ke tangan konsumen dengan aman dan harga terjangkau.

Dari analisa SWOT di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Andi Rattan memiliki potensi tinggi untuk masuk dalam pemasaran digital dengan beberapa program seperti:

- Pengadaan foto produk;
- Aktivasi kembali akun sosial media: instagram, termasuk kurasi foto dan perbaikan *copywriting* untuk foto yang sudah terunggah;
- Pembuatan akun Shopee sebagai media jual-beli (*e-commerce*);
- Aktivasi IG ads;
- Pelatihan SDM untuk pengoperasian sosial media dan *e-commerce*.

Melansir dari penghitungan statistic yang dilakukan oleh GWI sebuah perusahaan riset pasar, media sosial Instagram menempati peringkat kedua setelah Whatsapp sebagai media yang digunakan mayoritas Warga Negara Indonesia dengan angka 85,3% dari total populasi yang ada pada tahun 2024 (GWI.com, diakses pada 27 Oktober 2024). Sementara dari hasil survey yang dikeluarkan oleh Katadata.co.id, selama Januari-Desember 2023 secara kumulatif situs Shopee meraih sekitar 2,3 miliar kunjungan. Popularitas Shopee berlaku sama untuk seluruh kelompok usia, mulai dari gen Z (1997-2009), milenial (1981-1996), hingga gen X (1965-1980). Ketiga kelompok usia tersebut masing-masing lebih menggemari Shopee dibandingkan *e-commerce* lainnya. Maka dari itu, pengaktifan media sosial Instagram dan *e-commerce* Shopee menjadi prioritas pada program

pengabdian kali ini. Diharapkan dapat menyebarkan informasi tentang produk furniture ini secara luas dalam skala global.

Fotografi Produk

Kemudian tim pengusul melakukan penataan ulang galeri/showroom mitra sebagai bentuk motivasi dan daya tarik pengunjung. Preview/foto ruang showroom akan digunakan pada *e-catalog*, karena penggunaan media online menuntut pelaku usaha untuk memberikan informasi yang aktual untuk mendapatkan kepercayaan calon konsumen. Selain showroom, pada *e-catalog* juga dilampirkan foto workshop dan proses produksi furniture rotan ini. Sehingga memberikan kesan dinamis dan nyata kepada audiens karena tidak selalu/tidak hanya menampilkan foto produknya saja. Hal ini juga bisa menjadi edukasi kepada audiens mengenai proses pembuatan produk rotan, yang mana saat ini, hal tersebut dinilai lebih memiliki daya tarik untuk memunculkan minat beli calon konsumen, daripada hanya sekedar menampilkan foto produknya saja.



Gambar 4. Penataan Showroom Andi Rattan

Pada saat penataan ulang galeri, tim pengusul juga melakukan pemilihan produk yang akan difoto dan ditampilkan pada *e-catalog*. Tim pengusul telah melakukan berbagai percobaan pada ruang-ruang dan sudut-sudut yang ada supaya dapat menghasilkan foto produk yang menarik dan informatif. Menarik artinya memenuhi standar kaidah visual dari segi komposisi, sudut pandang, dan pencahayaan. Informatif artinya audiens dapat memahami penggunaan dari produk tersebut. Namun pada tahap ini tim pengusul belum mendapatkan formula foto produk yang sesuai. Sehingga tim pengusul menggunakan ruang outdoor dengan penataan sedemikian rupa untuk menjadi latar foto produk yang lebih leluasa dalam penataannya sehingga dapat menghasilkan foto yang menarik dan informatif.



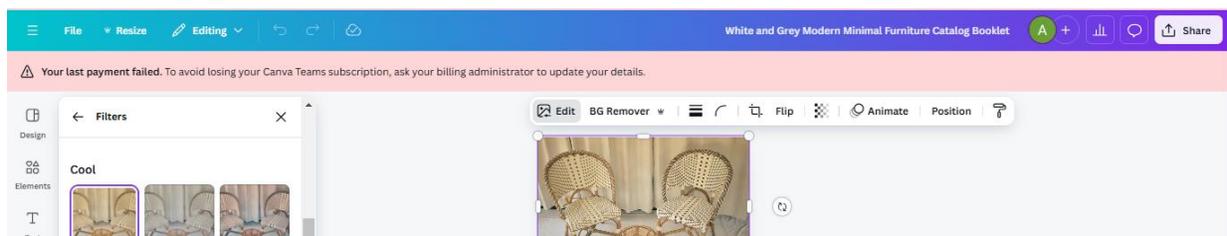
Gambar 5. Proses foto produk

Berikut beberapa hasil foto produk Andi Rattan Furniture, yang selanjutnya akan disusun dengan penambahan elemen grafis serta *content* dan *copywriting* untuk digunakan pada media sosial *Instagram*. Selain itu, foto-foto tersebut juga akan disusun kedalam bentuk buku katalog yang dapat diedarkan ke masyarakat luas baik dalam bentuk digital ataupun cetak.



Gambar 6. Contoh foto produk untuk keperluan e-catalog

Sebelum menyusun foto-foto tersebut ke bentuk buku katalog dan konten media sosial, dilakukan penyuntingan terlebih dahulu untuk menghasilkan tone warna yang mampu menonjolkan karakteristik material furniture, yaitu rotan. Pengeditan dilakukan menggunakan software *Canva Pro* karena terdapat banyak kemudahan diantaranya otomatisasi penyesuaian tone warna dan template desain yang menarik. Hal ini dilakukan karena untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses pengolahan foto bahkan hingga proses desain nanti secara digital.



Gambar di atas adalah proses pembuatan konten visual menggunakan *Canva Pro*. Hasil dari penyuntingan foto produk yang telah dilakukan sebelumnya, disesuaikan dengan ukuran khusus *post Instagram*. Kemudian dilakukan penambahan tipografi berupa *content writing* untuk memperjelas informasi terkait produk yang ditawarkan. Konten didesain menggunakan tone visual yang sama, dengan urutan sejajar 3 konten. Dengan begitu dapat menunjukkan informasi produk lebih banyak kepada audiens, selain itu tetap menjaga estetika visual pada laman *Instagram*. Berikut contoh laman *Instagram* Andi Rotan.



Gambar 10. (kiri) laman Instagram lama, (kanan) laman Instagram baru

BAB V. PENUTUP

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Peningkatan Minat Beli Produk Rotan Andi Rattan Furniture Melalui Media Fotografi” telah melakukan beberapa tahapan kegiatan. Mengacu dari jadwal pelaksanaan yang telah dibuat sebelumnya, kegiatan pengabdian ini sudah berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Diawali dengan lokakarya Tata Kelola Usaha kepada mitra, pada tahap ini perumusan strategi pemasaran menjadi pembahasan utama. Oleh sebab itu penentuan pegawai untuk bagian administrasi dan pemasaran, menjadi penting untuk ditetapkan, karena mitra usaha belum memiliki bidang tersebut. Luaran dari tahapan ini adalah hasil analisis SWOT sebagai landasan *marketing plan*.

Kegiatan selanjutnya adalah sesi pemotretan produk yang dilakukan sebagai konten dalam membuat katalog dan media sosial Instagram. Sesi pemotretan dilakukan dengan membuat studio sederhana menggunakan *backdrop* di luar ruangan. Hal tersebut dikarenakan tidak tersedianya ruang yang bisa memenuhi standar kaidah visual agar tercipta foto produk yang menarik dan informatif. Produk yang difoto adalah hasil pemilahan dengan gagasan untuk menciptakan konsep foto penggabungan dari beberapa produk. Pada tahap ini luaran yang dihasilkan adalah katalog dan konten media sosial Instagram.

Penyuntingan foto dilakukan sebelum menyusun katalog dan konten media sosial, tujuannya agar mendapatkan tone warna yang dapat menonjolkan karakteristik material rotan. Kemudian dilanjutkan dengan proses desain layout, penulisan *typography*, *copywriting*, serta *contentwriting* dan penambahan elemen-elemen visual pendukung lainnya untuk memperkuat informasi yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sri Utami, Evi Wardenaar, M Idham. STUDI PEMANFAATAN ROTAN OLEH MASYARAKAT DUSUN KEBAK RAYA DI KAWASAN HUTAN DESA SURUH TEMBAWANG KECAMATAN ENTIKONG KABUPATEN SANGGAU. JURNAL HUTAN LESTARI 2017;5.
- [2] Sudarma IK. Fotografi. Yogyakarta: Grha Ilmu; 2014.
- [3] Lutfi AI. Profile BMX Street Cengkru Yogyakarta Dalam Fotografi Komersial. Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2020.
- [4] Chandra FH, Nugroho YW. IMPLEMENTASI FLIPPED CLASSROOM DENGAN VIDEO TUTORIAL PADA PEMBELAJARAN FOTOGRAFI KOMERSIAL. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia) 2017:20. <https://doi.org/10.25124/demandia.v2i01.772>.
- [5] Servanda IRS, Reno Kemala Sari P, Ananda NA. PERAN ULASAN PRODUK DAN FOT PRODUK YANG DITAMPILKAN PENJUAL PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP MINAT BELI PRIA DAN WANITA. Jurnal Manajemen Dan Bisnis 2019;2:69–79. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.526>.
- [6] Mahmudi A. Kuliah Pengantar tentang Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat. Surakarta: Universitas Sebelas Maret; 2002.
- [7] Dorothea Nelson. Participatory Action Research: A Literature Review. Unpublished Manuscript 2014.
- [8] Prof. Dr. Kusnaka Adimihardja MA, Dr. Ir. Harry Hikmat MSi. Participatory Research Appraisal dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat. Bandung: Humaniora; 2003.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Lokasi wilayah Mitra (Andi Rattan Furniture)

