

Workshop Foto Produk untuk Pengembangan UKM di Kota Padangpanjang

Roza Muliati¹, Dira Herawati², Rosta Minawati³, Cindi Adelia Putri Emas⁴
Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Padangpanjang
Jalan Bahder Johan Padangpanjang, 27128, Sumatera Barat
No. Tlp.: +6281371496486, E-mail: rozamuliati@gmail.com

Abstrak

Padangpanjang merupakan kota kecil tempat berkembangnya berbagai Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang menjadi salah satu sektor industri unggulan. Permasalahan yang dihadapi oleh UKM di Kota Padangpanjang adalah kurangnya strategi dalam membranding produk ke dalam kemasan visual yang menarik sehingga produk UKM menjadi kurang menarik sehingga belum dapat menarik dan menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform *online* seperti pemanfaatan media sosial. Tulisan ini menjelaskan workshop foto produk untuk UKM di Kota Padangpanjang sebagai solusi dalam mengembangkan pemasaran produk melalui media sosial. Kesadaran akan foto produk yang bagus merupakan upaya untuk mengembangkan daya tarik produk-produk UKM agar bernilai komersial. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini bekerja sama dengan Dinas Koperindag Kota Padangpanjang dan komunitas seni Ruang Tumbuh Padangpanjang. Workshop dilakukan dengan melibatkan delapan UKM dengan luaran berupa keterampilan pelaku UKM dalam membuat foto produk sendiri, mengedit foto produk menggunakan aplikasi, dan mempublikasikannya di media sosial.

Kata kunci: foto produk, Padangpanjang, UKM, workshop

Product Photo Workshop for UKM Development in the City of Padangpanjang

Abstract

Padangpanjang is a small city where various small and medium enterprises (UKM) have developed, which are one of the leading industrial sectors. The problem faced by these enterprises is the lack of a strategy for branding products into attractive visual packaging so that these products become less attractive and cannot reach a broader market through online platforms such as social media. This paper describes a product photo workshop for small and medium enterprises in the city of Padangpanjang as a solution for developing product marketing through social media. The awareness of good product photos is an effort to establish the attractiveness of small and medium enterprises' products to have commercial value. In its implementation, this activity is supported by the local Government, especially the city service for small and medium enterprises. The workshop involved eight small enterprises with skills in making their product photos, editing them using applications, and publishing them on social media.

Keywords: product photos, Padang Panjang, UKM, workshop

1. PENDAHULUAN

Padangpanjang adalah kota kecil yang berhawa sejuk yang terletak di kaki Gunung Merapi dan Gunung Singgalang. Kota ini dikenal sebagai kota Serambi Mekah yang memiliki sejarah panjang sebagai pusat perkembangan Islam moderat di Sumatera Barat yang jejaknya dapat ditelusuri dari banyaknya institusi pendidikan Islam dalam bentuk sekolah dan pesantren, serta situs sejarah berupa mesjid dan surau yang pernah menjadi pusat pembelajaran Islam di Sumatera.

Di sisi lain, Padangpanjang juga menjadi kota tempat berkembangnya industri kecil dalam bentuk UKM yang mengembangkan berbagai jenis usaha kecil dan menengah. Dalam Perda Kota Padang Panjang No. 1 Tahun 2021, Pasal 7 dijelaskan bahwa industri unggulan yang dikembangkan sesuai dengan potensi daerah adalah (1) industri pengolahan kulit, (2) industri pengolahan tekstil dan produk tekstil, dan 3) industri pengolahan makanan (<http://jdih.padangpanjang.go.id>).

Industri unggulan mengacu pada “Panduan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat yang diterbitkan oleh DRPM-Dikti edisi XIII”, dijelaskan bahwa kriteria produk unggulan adalah (a) mempunyai kandungan lokal yang menonjol dan inovatif di sektor pertanian, industri, dan jasa, (b) mempunyai daya saing tinggi di pasaran, (c) jangkauan pemasaran yang luas baik di dalam negeri maupun global, (d) mempunyai ciri khas daerah dan melibatkan tenaga kerja setempat, (e) ketersediaan bahan baku memadai, dan (f) tidak merusak lingkungan, berkelanjutan serta tidak merusak budaya setempat. Pengembangan produk unggulan juga akan lebih berhasil bila didukung oleh peran serta pemerintah daerah.

Sektor industri unggulan seperti industri kerajinan kulit dan pengolahan makanan diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Kota Padangpanjang. Usaha kecil dan menengah di bidang kuliner ini tidak saja membuka banyak lapangan kerja bagi warga Kota Padangpanjang, tetapi juga menyumbang *income* yang tidak sedikit bagi pendapatan daerah. Saat ini, produk-produk yang dihasilkan oleh UKM dalam bentuk kerajinan dan kuliner dijual sebagai panganan dan menjadi cenderamata bagi kalangan wisatawan yang berkunjung ke kota Padangpanjang.

Akan tetapi, sektor industri unggulan yang digerakkan oleh usaha rumah tangga berskala kecil dan menengah ini belum dikelola secara maksimal. Apabila diamati, masih banyak produk-produk UKM yang memasarkan produknya dengan cara konvensional dan tampilan visual seadanya. Kerajinan kulit yang dikembangkan menjadi produk-produk kerajinan seperti sepatu, tas, dan pelbagai produk aksesoris pada umumnya masih dipasarkan secara tradisional. Begitu juga halnya dengan sektor usaha di bidang makanan olahan yang menjual makanan kemasan siap saji atau makanan kecil seperti keripik talas, keripik pisang, rendang, serta camilan lainnya, hanya dipasarkan secara terbatas di Kota Padangpanjang dan sekitarnya. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UKM kurang memiliki pemahaman terhadap permasalahan produk, khususnya terhadap permasalahan branding di platform *online*. Perajin belum mampu memperluas pemasaran produknya karena belum memiliki orientasi dan strategi pemasaran yang jelas serta kemampuan mengembangkan pemasaran melalui media sosial. Hal ini menyebabkan pemasaran produk

menjadi tidak maksimal. Terlebih pada masa pandemi ketika kunjungan wisatawan berkurang karena pembatasan sosial, pemasaran produk-produk di sektor industri rumahan yang dahulunya dilakukan secara langsung dialihkan menjadi pemasaran *online*. Untuk itu, perlu adanya perubahan strategi pemasaran agar produk-produk UKM dapat dipasarkan ke platform media sosial atau internet dan dapat menarik pasar yang lebih luas lagi tanpa dipengaruhi oleh situasi pandemi yang membatasi mobilitas manusia (Agustin, 2021).

Kenyataannya, media sosial menjadi salah satu media paling efektif untuk menyebarkan informasi ke pelbagai kalangan. Media sosial dengan berbagai bentuknya seperti Facebook, Whatsapp, Instagram, dan Youtube menjadi media yang efektif dalam menyebarkan informasi. Media sosial telah mengubah cara berkomunikasi manusia modern dalam format yang serba digital. Kehadiran media sosial bahkan membawa dampak luar biasa dalam komunikasi pemasaran (Siswanto, 2013).

Dalam rangka *mem-branding* produk UKM di Kota Padangpanjang sebagai produk unggulan, perlu dilakukan strategi *branding* untuk mengangkat nilai jual produk UKM. Dalam hal ini penulis sebagai tim pengabdian dosen dari Institut Seni Indonesia Padangpanjang bekerja sama dengan Disperindag Kota Padangpanjang selaku pemangku kepentingan yang mewadahi sektor industri rumahan atau UKM di Kota Padangpanjang, dan komunitas seni Ruang Tumbuh, bekerja sama dalam melaksanakan workshop foto produk bagi UKM di Kota Padangpanjang. Pelatihan ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan teknis mengenai foto

produk bagi pelaku UKM di Kota Padangpanjang. Di samping itu, pelatihan terhadap pelaku usaha akan memberi dampak terhadap peningkatan kualitas produk dan juga menumbuhkan jiwa wirausaha bagi kalangan pelaku UKM (Mayliana & Indreswari, 2020; Purwandari et al., 2020)

Secara umum, fotografi produk adalah bagaimana memvisualkan suatu produk ke dalam bentuk foto yang bisa menjelaskan bentuk dan fungsi produk tersebut dengan tujuan agar produk lebih menarik dan laku terjual. Foto produk sangat mementingkan detail ketajaman, setiap warna dan tekstur dari produk harus bisa ditampilkan dengan tepat. Warna harus terlihat sesuai dengan aslinya dan tekstur serta detail harus ditampilkan dengan tajam. Fotografi produk ditujukan untuk promosi produk yang meliputi promosi barang, jasa, dan ide. Contoh fotografi komersial adalah fotografi model, fotografi periklanan, fotografi pernikahan, fotografi *landscape*, fotografi binatang, fotografi makanan, dan fotografi editorial (Suyanto, 2017). Fotografi produk tidak hanya untuk kepentingan dokumentasi, tetapi juga dapat mengomunikasikan sebuah produk melalui media visual yang estetik dan komunikatif. Fotografi produk yang dikonsept dengan baik akan dapat menaikkan nilai jual suatu produk serta membantu memasarkannya secara luas melalui platform internet dan media sosial seperti Instagram atau Facebook.

2. METODE PENGABDIAN

Workshop foto produk untuk UKM di Kota Padangpanjang dilakukan dalam tiga tahap. *Pertama*, tahap perencanaan, yaitu tim PKM mempersiapkan pelaksanaan kegiatan workshop yang akan dilakukan kepada mitra UKM yang berada di bawah pembinaan Disperindag Kota

Padangpanjang. Hal pertama yang dipersiapkan adalah rumusan kegiatan yang akan dilakukan. Selanjutnya teknis pelaksanaan yang terdiri dari: (1) persiapan narasumber dan materi workshop, (2) peserta workshop, (3) tempat dan jadwal pelaksanaan, serta (4) kesiapan logistik dan teknis. Dalam tahap perencanaan, tim pengabdian juga menjalin kerja sama dengan Ruang Tumbuh Institut Padangpanjang yang aktif dalam melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Komunitas seni yang juga aktif dalam dunia fotografi ini membantu dalam hal kesediaan peralatan teknis seperti kamera, *tripod*, peralatan *lighting*, dan kotak khusus yang disediakan sebagai tempat untuk memotret produk. Selanjutnya, tim PKM menjalin komunikasi dengan Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Padangpanjang untuk memfasilitasi kegiatan workshop seperti penyediaan tempat dan fasilitas lainnya. Tim juga mengundang sejumlah mahasiswa fotografi untuk menjadi pendamping dalam kegiatan workshop agar mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan mereka tentang fotografi melalui kegiatan workshop foto produk. Dalam pendataan peserta workshop, diprioritaskan pada UKM yang kesulitan dalam memasarkan produk dan belum memiliki *branding* produk yang layak secara visual. Dalam hal ini PKM menjalin komunikasi dengan Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Padangpanjang untuk pendataan peserta pelatihan, yang difokuskan pada UKM pengolahan makanan olahan. Dalam proses komunikasi, dinas bersedia mendukung pelaksanaan kegiatan dengan memfasilitasi tempat untuk kegiatan pelatihan, yang bertempat di kantor Disperindag.

Kedua, tahap pelaksanaan workshop yang dilakukan selama dua hari bertempat di kantor Koperindag Kota Padangpanjang, yaitu tim PKM melakukan workshop kepada pelaku UKM di Kota Padangpanjang. Workshop berlangsung selama dua hari dengan rincian kegiatan. (1) Hari pertama pemberian materi berupa pengetahuan teoretis tentang fotografi dan foto produk. 2) Hari kedua workshop dalam bentuk praktik fotografi. Tim mengundang dua akademisi di bidang fotografi sebagai narasumber di dalam kegiatan workshop. Materi workshop meliputi strategi pemasaran produk, fotografi produk, dan teknik mengemas produk ke dalam foto produk agar bernilai komersial. Dalam pelaksanaan workshop, ada tiga metode yang dilakukan, seperti diuraikan dalam tabel berikut.

Tabel 1
Metode Workshop

No	Metode	Penjelasan
1	Ceramah dan tanya jawab dengan pelaku UKM	Metode ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UKM tentang apa itu foto produk dan strategisnya foto produk untuk meningkatkan kualitas pemasaran produk. Dalam sesi diskusi ini, pelaku UKM dapat mengajukan keluhan dan pertanyaan terkait dengan kesulitan yang mereka hadapi dan bagaimana solusi terhadap kesulitan dalam pembuatan visual produk yang <i>marketable</i> .

2	Praktik fotografi	Metode praktik fotografi berupa workshop kemampuan teknis kepada pelaku UKM untuk pembuatan foto produk. Dalam workshop ini, Tim PKM memberikan keterampilan tentang foto produk dalam bentuk pendampingan. Setiap pelaku UKM diminta membawa produk mereka masing-masing dan memotret sendiri produknya dengan menggunakan peralatan yang telah disiapkan oleh tim PKM.
3	Presentasi produk	Pada tahap ini peserta workshop mempresentasikan foto produk mereka masing-masing untuk dievaluasi oleh Tim PKM agar memenuhi kriteria sebagai foto produk yang diharapkan.

Terakhir tahap evaluasi, dilakukan untuk menilai capaian yang dihasilkan dari kegiatan workshop foto produk. Evaluasi menjadi penting untuk mengukur efektivitas workshop yang dilakukan agar efektif dan tepat sasaran. Tahap evaluasi dilakukan secara bersama setelah peserta mempresentasikan visual produk mereka masing-masing. Evaluasi dilakukan dengan meminta tanggapan dari masing-masing peserta mengenai kegiatan yang dilakukan. Peserta umumnya menyatakan puas dengan kegiatan yang menurut mereka sangat mereka nantikan dan berharap kegiatan ini dapat berlanjut. Sementara itu, evaluasi dari tim workshop diberikan agar kegiatan yang dilakukan dapat berkontribusi di dalam meningkatkan penjualan produk

yang telah didukung dengan foto produk yang bernilai komersil.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Materi Workshop

Pelaksanaan workshop foto produk dilakukan selama dua hari, yakni pada 21-22 Oktober 2021 dengan mengundang dua narasumber: Ivan Saputra, S.Pd., M.Sn. dan Cindi Adelia Putri Emas, M.Sn. Peserta workshop diikuti oleh delapan UKM di Kota Padangpanjang yang dipilih berdasarkan rekomendasi dari dinas. Kedelapan UKM ini terdiri dari UKM yang mengembangkan usaha kecil di bidang makanan ringan, kue basah dan kering, dan juga produk perawatan rambut. Kedelapan peserta diminta untuk membawa contoh produk masing-masing agar dapat diidentifikasi permasalahan yang mereka hadapi sehubungan dengan visualisasi produk dalam kemasan ataupun dalam postingan di media sosial. Dari identifikasi permasalahan dapat disimpulkan bahwa hampir semua peserta belum memiliki foto produk yang layak dan bernilai komersial. Bahkan ada peserta yang belum memiliki foto produk sama sekali. Berikut daftar peserta workshop foto produk yang dilakukan oleh tim pengabdian dosen ISI Padangpanjang, bekerja sama dengan Disperindag dan komunitas seni Ruang Tumbuh Padangpanjang.

Tabel 2
Peserta Workshop Foto Produk

No	Nama	Jenis Usaha	Permasalahan
1	Muliarsi	Aneka Keripik	Belum punya foto produk
2	Syam Sibar	Dendeng Pisang	Foto produk tidak layak
3	Herlina Sukmasari	Kue Basah dan Kering	Foto produk tidak layak
4	Erniwaty	Kue Kering dan Kacang Tojin	Foto produk tidak layak
5	Rafiqqa	Keripik Talas dan Kerang Kacang	Foto produk tidak layak
6	Panggi Dwi Pangga	Hair Tonic	Belum punya foto produk
7	Lilfi Rahmi	Makanan Ringan	Foto produk tidak layak
8	Yunita Roza	Makanan Ringan	Foto produk tidak layak

Pada hari pertama, narasumber Ivan Saputra, S.Pd., M.Sn., yang juga dosen fotografi di ISI Padangpanjang memberikan materi tentang apa itu foto produk dan bagaimana teknis membuat foto produk yang bernilai komersial. Narasumber memberikan pengetahuan dasar mengenai fotografi dan secara khusus mengenai foto produk agar peserta workshop memiliki pemahaman teoretis terlebih dahulu mengenai foto produk sebagai pengetahuan yang baru sama sekali bagi mereka. Selain itu, pemateri menekankan pentingnya foto produk untuk membranding produk UKM agar menarik secara visual dan mampu menaikkan nilai jual produk.

Sementara itu, pada hari kedua, Cindi Adelia Putri Emas, M.Sn., seorang praktisi fotografi yang juga dosen di ISI Padangpanjang dan pegiat seni di komunitas seni Ruang Tumbuh

Padangpanjang, memberikan pemahaman lebih jauh lagi mengenai foto produk sebagai sebuah strategi menaikkan nilai jual sebuah produk UKM. Secara khusus, narasumber memberikan pengetahuan teknis kepada peserta workshop yang didukung dengan praktik fotografi menggunakan kamera DSLR dan juga kamera *hp*. Pemateri juga menjelaskan bagaimana cara mempromosikan produk melalui sosial media dengan takarir menarik dan tentu hal ini sangat dibutuhkan oleh peserta workshop dan membuat produk mereka lebih mudah dikenali para pelanggan. Pada hari kedua, peserta juga diberikan bekal untuk mengedit foto produk melalui aplikasi edit foto. Gambar 1 menjelaskan pemberian materi oleh narasumber dalam forum kecil yang diikuti oleh para peserta workshop.



Gambar 1 Pemberian Materi oleh Narasumber

(Sumber: Dokumentasi Panitia, Oktober 2022)

Materi yang diberikan menjelaskan prinsip-prinsip dasar yang mesti diketahui dalam membuat sebuah foto produk yang bernilai jual. Adapun foto produk berfungsi untuk: (1) meningkatkan nilai jual produk bagi calon konsumen, (2) membangun reputasi, dan (3) meningkatkan nilai *brand* sebuah produk. Pengetahuan tentang fungsi sebuah foto produk tentunya akan memberi kesadaran kepada pemilik UKM akan pentingnya

mem-branding produk mereka melalui visual produk yang berkualitas dan mampu mengangkat nilai jual produk yang dipasarkan.



Gambar 2, 3

Contoh materi tentang penataan produk makan ringan dan bagaimana mengatur pencahayaan dalam foto produk (Sumber: Cindi Adelia Putri Emas)

Selain itu, peserta juga diberikan kemampuan teknis untuk memotret produk mereka sendiri melalui keterampilan teknik yang diajarkan seperti pengetahuan tentang pencahayaan yang sangat diperlukan dalam sebuah pemotretan. Sebuah objek yang difoto dengan pencahayaan yang tepat akan menghasilkan kualitas foto produk yang bagus. Sebaliknya bila pencahayaan kurang (*under exposure*) atau malah berlebihan (*over exposure*), foto yang dihasilkan akan lebih buruk dari bentuk aslinya. Harry Tjiang

menjelaskan bahwa arah cahaya dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu belakang, samping, atas, dan depan. Arah cahaya juga dapat dikombinasikan sesuai dengan kebutuhan (Harry Tjiang, 2016). Kualitas foto yang diharapkan adalah sebuah foto produk yang estetis yang dapat meningkatkan tampilan visual sebuah produk tanpa menghilangkan atau mengaburkan bentuk produk yang sebenarnya.

b. Praktik Foto Produk

Dalam sesi workshop, peserta juga diberikan kemampuan teknis bagaimana menggunakan kamera untuk menghasilkan sebuah foto produk yang layak jual. Di samping itu, seni dalam menata produk untuk difoto juga menjadi perhatian dalam praktik foto produk seperti seni *plating* dalam menata makanan bagi produk makanan olahan. Dalam praktik ini, peserta diberi kesempatan untuk menata produk lalu memotretnya sendiri dengan didampingi oleh sejumlah pendamping mahasiswa yang dimentori langsung oleh panitia dan narasumber. Pelaksanaan praktik fotografi didukung dengan sejumlah peralatan foto yang diperlukan seperti *lighting*, *reflector*, dan *background* yang tentu akan membuat foto produk lebih bagus dan menarik.



Gambar 5 Penataan produk dan persiapan dalam pemotretan foto produk
(Sumber: Dokumentasi Panitia, Oktober 2021)

Peserta dengan antusias aktif terlibat dalam praktik pemotretan. Seorang peserta, yakni Pak Muliarsi, mengaku baru pertama kali mengikuti workshop yang memberikan kemampuan teknis dengan begitu detail sampai mereka dapat mempraktikkannya sendiri. Menurutnya, kemampuan teknis ini ternyata dapat dipelajari dan sangat berarti baginya sebagai seorang pelaku usaha di sektor UKM karena ia dapat mempraktikkan supaya foto produk Aneka Keripik yang dihasilkannya dapat didukung dengan visual produk yang menarik untuk dipasarkan di media sosial.



Gambar 6 Proses Pemotretan Produk oleh Peserta
(Sumber: Dokumentasi Panitia, Oktober 2021)



Gambar 7, 8 Pemotretan Peserta Melalui hp
(Sumber: Dokumentasi Panitia, Oktober 2021)

Dalam praktik, peserta juga diajarkan bagaimana menata produk semenarik mungkin agar menghasilkan visual yang menarik. Sebuah produk makanan olahan misalnya sebelum difoto ditata sedemikian rupa di atas wadah yang menarik dengan posisi makanan yang pas. Agar hasil foto makanan menjadi lebih menarik, peserta juga diminta untuk menambahkan properti atau bahan tambahan berupa bumbu dari makanan olahan seperti cabai merah, bawang, daun seledri, atau garam yang ditata sedemikian rupa agar sedap dipandang (Tjiang, 2016).

Sementara itu, Ibu Herlina yang mengembangkan produk kue kering dan basah, mengaku senang sekali mengikuti kegiatan workshop foto produk yang baru pertama kali ia ikuti. Ia dapat memotret langsung produknya sendiri

menggunakan peralatan kamera yang ada di *hp* dan juga diajarkan untuk mengedit foto sampai dengan *posting* produk di akun medsos/Instagram mereka masing-masing. Hal yang sama disampaikan oleh peserta workshop lainnya. Mereka berharap kegiatan ini bisa dilakukan lagi karena benar-benar bermanfaat bagi mereka. Sesi ini didampingi oleh para praktisi foto yang secara langsung mengajarkan dan memberi masukan kepada peserta workshop tentang bagaimana cara memotret dengan benar.



Gambar 9 Foto Bersama Peserta Workshop
(Sumber: Dokumentasi Panitia, Oktober 2021)

Kegiatan workshop yang merupakan implementasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan tim dosen dari ISI Padangpanjang ini didukung sepenuhnya oleh ISI Padangpanjang di bawah pengelolaan Pusat Pengabdian kepada Masyarakat, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat ISI Padangpanjang. Diharapkan kegiatan workshop foto produk ini dapat secara konkret berkontribusi terhadap pemasaran produk-produk UKM melalui foto-foto produk yang bernilai komersial sehingga UKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform digital seperti Youtube atau Instagram.

4. SIMPULAN

Workshop foto produk ini bagi UKM di Kota Padangpanjang

merupakan kegiatan yang sangat dibutuhkan oleh pelaku UKM dalam meningkatkan nilai jual produk mereka. Pelaksanaan kegiatan workshop menunjukkan bahwa pelaku usaha, khususnya UKM di Kota Padangpanjang sangat memerlukan bimbingan dari kalangan akademisi agar mereka tidak saja memiliki semangat untuk berusaha, tetapi juga didukung dengan kemampuan dalam mengemas produk UKM agar bernilai komersial melalui tampilan visual yang layak jual. Kesadaran akan pentingnya foto produk tentu saja akan dapat membantu kalangan UKM dalam meningkatkan kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Di sisi lain, kegiatan workshop menunjukkan perlunya kemitraan strategis antara kalangan akademisi dalam hal ini tim pengabdian dari ISI Padangpanjang dengan sektor usaha kecil dan menengah yang juga melibatkan pemangku kepentingan, yakni pemda setempat dan komunitas agar sektor UKM dapat lebih berkembang pada masa yang akan datang.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pusat Pengabdian kepada Masyarakat LPPMPP ISI Padangpanjang yang telah membantu dalam pendanaan kegiatan workshop, Dinas Disperindag yang telah memfasilitasi kegiatan, serta Ruang Tumbuh Institut Padangpanjang yang membantu kesiapan teknis untuk pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Produk Olahan Bandeng di Desa Sawohan Sidoarjo. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2),

200–208.

<https://doi.org/10.24036/abdi.v3i2.125>

- Mayliana, E., & Indreswari, A. G. (2020). Pelatihan Teknik Jumputan Inovasi untuk Meningkatkan Kualitas Produk Tie Dye Kelompok Seni SEEJ. *Jurnal Pengabdian Seni*, 1(1), 23–31. <https://doi.org/10.24821/jas.v1i1.4699>
- Purwandari, R., Azkia, Z., & Yantari, P. (2020). *Menumbuhkan Jiwa Wirausaha dengan Penyuluhan Seni Sablon dan Cukil di Panti*. 52–62.
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86.
- Suyanto, M. (2017). *Photopreneurship: Mendulang Dolar melalui Foto*. Penerbit Andi.
- Tjiang, H. (2016). *7 Hari Belajar Food Photography*. PT. Alex Media Komputindo. <https://www.tokopedia.com/agistas/buku-7-hari-belajar-food-photography-herry-tjiang>

Sumber Internet

<http://jdih.padangpanjang.go.id>. Diakses tanggal 30 November 2022