

Pemberdayaan Digital UMKM Paguyuban Warga Salam Bantul Yogyakarta: Pelatihan Fotografi dan Desain Grafis Berbasis Smartphone (Digital Empowerment of MSMEs of Salam Community in Bantul, Yogyakarta: Smartphone-Based Photography and Graphic Design Training)

Fukky Winasis Ichsanudin^{1*}, Zulisih Maryani¹

¹ Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Indonesia

ABSTRAK

Paguyuban Perempuan di Padukuhan Gelangan aktif menjalankan UMKM di berbagai sektor berbasis rumah tangga, namun pemasarannya masih konvensional dan belum tersentuh digitalisasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital peserta melalui pelatihan teori dan praktik fotografi serta desain grafis menggunakan smartphone. Program berlangsung selama 12 minggu (Agustus-Oktober 2025) dengan melibatkan 76 ibu rumah tangga dari RT 13 dan RT 14, Desa Patalan Jetis, Bantul, Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah desain pre-experimental dengan pendekatan pre-test-post-test dan observasi melalui tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan pada kategori baik masing-masing 7% pada sudut pengambilan gambar, 4% pada copywriting, dan 3% pada komposisi visual. Sementara, hasil evaluasi menunjukkan hanya 24% peserta yang aktif hingga akhir pelatihan. Secara keseluruhan, program ini memiliki dampak positif dalam meningkatkan literasi digital, estetika visual, dan kemampuan komunikasi dalam promosi, serta menumbuhkan kreativitas, kemandirian, dan rasa percaya diri peserta. Sebagai bentuk keberlanjutan, disarankan adanya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan pelaku UMKM dalam mendukung digitalisasi produk lokal.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Fotografi, Desain Komunikasi Visual, Literasi Digital

ABSTRACT

The Salam women's community in Gelangan Sub-Village run Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in various household-based sector, yet still relies on conventional methods and has not adopted digitalization. This community service activity aims to improve the community's digital capabilities, both theoretically and technically, through smartphone-based photography and graphic design training. The 12-week program (August-October 2025) involved 76 housewives from RT 13 and RT 14, Patalan Village, Jetis District, Bantul Regency, Special Region of Yogyakarta. The method applied a pre-experimental one-group pre-test-post-test design, complemented by qualitative observation across three stages: preparation, implementation, and evaluation. The training results showed an increase in participants scoring in the "good" category, specifically by 7% in camera angles, 4% in copywriting, and 3% in visual composition. Meanwhile, the evaluation indicated that 24% of the participants remained highly active. In conclusion, this activity has a positive impact on improving digital literacy, visual-aesthetic skills, and promotional communication skills. Furthermore, the business owners have become more creative, independent, and confident in utilizing digital media to promote their MSMEs' products. This program is recommended for future community services by fostering collaboration between the government, private sector, and MSME owners to support local products through digitalization.

Keywords: Digitalization, MSMEs, Photography, Visual Communication Design, Digital Literacy

Correspondence

Fukky Winasis Ichsanudin
Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
Jl. Parangtritis, Sewon, Bantul, Yogyakarta, Indonesia 55188
Email: fukky@isi.ac.id

Article History

Submitted: 12-07-2026
Revised: 23-08-2026
Accepted: 25-08-2026

How to cite:

Ichsanudin, F. W., & Maryani, Z. (2026). Pemberdayaan Digital UMKM Paguyuban Warga Salam Bantul Yogyakarta: Pelatihan Fotografi dan Desain Grafis Berbasis Smartphone. DEDIKASI SAINTEK Jurnal Pengabdian Masyarakat. 5(2), 118-135.
https://doi.org/10.58545/djpm.v5i2.963

doi 10.58545/djpm.v5i2.963

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.
Copyright (c) 2026



1. PENDAHULUAN

Kalurahan Patalan merupakan salah satu dari empat kalurahan yang berada di wilayah Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Merujuk pada portal

website Kabupaten Bantul, Kalurahan Patalan secara geografis berbatasan dengan Kalurahan Sabdodadi di sebelah utara, Kalurahan Canden di sebelah timur, Kalurahan Srihardono-Pundong di sebelah selatan, dan Kalurahan

Sumbermulyo di sebelah barat. Kalurahan Patalan memiliki luas wilayah 565.040 ha yang terbagi menjadi 20 pedukuhan dan 88 Rukun Tangga (RT). Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul menyebutkan bahwa jumlah penduduk di Kalurahan Patalan mencapai 12.461 jiwa, terbagi dalam 4.525 kepala keluarga, 6.148 laki-laki dan 6.313 perempuan pada tahun 2022. Mayoritas penduduk di Kalurahan Patalan bermata pencaharian sebagai petani, buruh dan karyawan swasta. Selain itu, Desa Patalan dilalui oleh jalur wisata Pantai Parangtritis sehingga memiliki akses yang tinggi untuk mobilitas penduduknya. Oleh karena itu, banyak masyarakat Desa Patalan yang berprofesi sebagai pedagang dengan membuka toko-toko ataupun warung makan di pinggir Jalan Parangtritis. Salah satu pedukuhan di Desa Patalan adalah Pedukuhan Gelangan. Di Pedukuhan Gelangan terdapat paguyuban sebagai sarana atau wadah untuk membina persatuan dan kerukunan warganya. Paguyuban tersebut beranggotakan Ibu-Ibu warga Salam, RT 13 dan RT 14, Desa Patalan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta yang aktif menjalankan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil observasi awal, kelompok paguyuban tersebut terhitung secara produktif menjual produk UMKM dengan karakteristik yang beragam dan mencakup berbagai sektor usaha berbasis rumah tangga. Pada sektor kuliner dan olahan pangan, mitra mengelola

produk seperti frozen food, kue, sayur matang, dan makanan tradisional. Sementara pada perdagangan ritel dan hobi, produk yang dikelola berupa budidaya tanaman hias, warung kelontong, burung kicau, dan material bahan bangunan. Selain sektor barang, mitra juga mengelola produk di bidang jasa, seperti layanan binatu (laundry), perbaikan kendaraan (ketok magic), dan layanan pendidikan non-formal berupa Taman Pendidikan Al-Qur'an. Dalam pelaksanaannya, proses pemasaran produk masih menggunakan metode konvensional, seperti metode getok tular dan penjualan door to door. Jangkauan pasar yang terbatas dan berpusat pada warga setempat membuat pendapatan bulanan mitra cenderung tidak menentu dan rentan mengalami penurunan. Kondisi tersebut diperparah dengan keberadaan pasar daring dari kompetitor luar wilayah yang menawarkan produk serupa yang dikelola oleh mitra dengan akses yang lebih mudah. Akibatnya, produk lokal mitra yang sebenarnya memiliki nilai jual lebih dan daya saing yang kompetitif justru kurang bersaing di ekosistem digital. Kendala utama pada mitra adalah rendahnya literasi digital dimana mereka merasa kesulitan dalam menggunakan perangkat digital untuk kebutuhan promosi yang menarik. Hal tersebut menjadi acuan kami untuk melakukan penyuluhan dengan tujuan digitalisasi sebagai proses perubahan promosi produk dari tradisional menjadi digital dan disesuaikan dengan kapasitas serta

kemampuan kelompok dari paguyuban Ibu-Ibu di Desa Patalan.

Digitalisasi UMKM telah menjadi tren global yang tak terhindarkan karena mampu membuka peluang baru dan meningkatkan daya saing pelaku UMKM (Sabillilhaq et al., 2023). Digitalisasi dipahami sebagai langkah yang efisien, terintegrasi, dan memudahkan aksesibilitas melalui pemanfaatan teknologi digital dalam proses mengubah bentuk aktivitas bisnis sosial menjadi digital (Rahmadhani & Istiandari, 2025). Peningkatan efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan daya saing terhadap UMKM merupakan manfaat dari digitalisasi. Di sisi lain, rendahnya literasi digital, akses pada pendanaan yang terbatas (Yahya & Pugu, 2025), perlindungan hak cipta (Rahmadhani & Istiandari, 2025), terbatasnya pengetahuan dan keterampilan digital baik secara teknis maupun finansial menjadi tantangan bagi pelaku UMKM (Maulidiyah, 2023). Dalam arah kebijakan Kementerian UMKM Republik Indonesia disebutkan bahwa tantangan pemberdayaan UMKM salah satunya adalah kurangnya penerapan standar, sertifikasi, teknologi dan inovasi pada wirausaha dan UMKM, mayoritas UMKM masih berskala usaha mikro, rendahnya kemitraan UMKM, dan belum optimalnya ekosistem usaha. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM merupakan tulang punggung ekonomi lokal yang turut berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja

dan pertumbuhan ekonomi (Sabillilhaq et al., 2023). Usaha pemerintah dalam mendorong UMKM untuk melakukan digitalisasi telah dicanangkan sejak 2022 dengan mempertimbangkan kenyataan bahwa sebanyak 19,5 juta UMKM telah masuk ke dalam ekosistem digital. Sedangkan pada tahun 2024, pemerintah menargetkan Indonesia memiliki 50 juta UMKM yang masuk ke dalam ekosistem digital. Adaptasi inovasi pada UMKM perlu mengimplementasikan beberapa kebijakan seperti keterlibatan pemangku kepentingan, investasi dalam infrastruktur digital, peraturan perlindungan bisnis lokal dan UMKM, serta peningkatan literasi digital untuk membantu mengurangi kesenjangan digital antara bisnis berskala besar dan kecil, serta antara pedesaan dan perkotaan (Suyatna et al., 2026). Dengan pendekatan yang inklusif dan komprehensif, hal tersebut mampu berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan dan kesenjangan ekonomi, serta meningkatkan ekonomi yang berkelanjutan (Yahya & Pugu, 2025).

Praktik fotografi berbasis smartphone menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan literasi digital dengan penguatan kapasitas pelaku UMKM melalui pendekatan pelatihan yang partisipatif (Ningsih et al., 2024). Fotografi dengan eksistensi dan karakternya yang unik sebagai medium perekam visual yang sekaligus berfungsi mengabadikan objek dengan kualitas kemiripan dan detail visual yang memadai. Hal

ini telah dimanfaatkan untuk berbagai tujuan kebutuhan manusia, baik itu berupa pengembangan seni, sains, keperluan penunjang fungsi sosial, fungsi ekonomi, dan rekayasa daya guna politik dalam kehidupan manusia (Soeprapto Soedjono, 2009). Salah satu jenis fotografi yang erat kaitannya dengan pelaku UMKM adalah fotografi produk. Sebagai salah satu elemen kunci dalam promosi produk, baik secara digital maupun konvensional, foto produk memiliki peran yang signifikan untuk meningkatkan potensi konsumen dalam mengambil keputusan. Kesan yang ditawarkan memiliki nilai keunikan dan kredibilitas yang dapat menarik perhatian konsumen (Taufiq et al., 2024). Kemampuan dalam menghasilkan foto yang lebih menarik dan berkualitas mampu memberikan dampak pada citra merek dan memperkuat branding. Optimalisasi pada pemanfaatan fotografi dirasa mampu meningkatkan penciptaan nilai ekonomi produk UMKM berbasis ide dan inovasi (Rahmadhani & Istiandari, 2025). Sebagai langkah keberlanjutan dari praktik fotografi produk, keterampilan dalam membuat konten promosi melalui desain grafis secara digital juga menjadi kebutuhan bagi para pelaku UMKM. Berbagai bentuk konten digital seperti poster online, katalog digital, dan video pendek terbukti mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness (Nurfalah et al., 2025). Desain grafis memiliki fungsi sebagai sarana penyampaian informasi produk secara

visual kepada konsumen dan berperan kunci dalam proses digitalisasi (Amir Alkodri et al., 2024). Aplikasi desain grafis berbasis online seperti Canva mampu memberikan kemudahan untuk bereksplorasi sesuai kreativitas pengguna dalam membuat desain logo, poster, infografis, konten media sosial, dan iklan. Manfaat tersebut dinilai cocok untuk kebutuhan pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang pendidikan di bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) dan secara signifikan mampu memberikan kualitas materi yang memungkinkan UMKM menghasilkan desain profesional dengan biaya lebih rendah (Haryadi & Rahmasari, 2023; Rahmadhani & Istiandari, 2025).

Dampak positif digitalisasi UMKM dapat dilihat melalui penelitian terdahulu, seperti proses digitalisasi pada produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui tahap kajian serta analisis terhadap kelayakan bisnis sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dapat mengoptimalkan potensi penjualan produk UMKM Gunung Sandal (Maulidiyah, 2023). Proses digitalisasi ini juga dilakukan oleh UMKM di Pangkalpinang, Bangka Belitung melalui pembuatan desain digital dan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi untuk meningkatkan penghasilan dan di Kalurahan Sindang Jawa melalui pendampingan strategi branding untuk transformasi ekonomi berbasis digital (Amir Alkodri et al., 2024; Nurfalah et al., 2025). Hal tersebut juga menjadi penting karena mampu

menjadi langkah awal pelaku UMKM di Tlogobondung untuk menerbitkan produk lokalnya melalui laman khusus pada website sehingga produk tersebut memiliki daya saing yang bernilai serta mendorong peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi kreatif melalui peningkatan keterampilan dalam membuat desain digital secara mandiri (Mudhofar et al., 2023; Rusmanto et al., 2025). Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, kegiatan pemberdayaan digital produk UMKM Paguyuban Ibu-Ibu Warga Salam akan dilakukan melalui pelatihan fotografi dan desain grafis sederhana menggunakan smartphone.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang untuk menjawab permasalahan mitra melalui pelatihan fotografi produk dan desain grafis menggunakan smartphone. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap dan terstruktur agar solusi yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan mitra sehingga dapat dilakukan secara mandiri oleh mitra. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tiga tahapan yang direncanakan sesuai dengan linimasa yang telah disusun. Tahap pertama dimulai dengan persiapan awal pada bulan Agustus 2025, meliputi kegiatan survei kebutuhan mitra dan penyusunan modul pelatihan, serta persiapan alat dan bahan. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan di bulan September 2025, dilakukan pelatihan

sederhana melalui pengenalan fotografi dasar menggunakan smartphone dan penggunaan aplikasi desain berbasis website, yaitu Canva. Pada awal Oktober 2025 dilakukan tahap evaluasi dan monitoring dengan melakukan pendampingan penerapan hasil fotografi dan desain, penilaian efektivitas pelatihan, dan analisis peningkatan keterampilan pada mitra. Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Padukuhan Gelangan, Desa Patalan, Kapanewon Jetis, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta selama dua belas minggu (Agustus – Oktober 2025). Mitra dalam pelatihan adalah paguyuban Ibu-Ibu Warga Salam yang terdiri dari dua rukun tangga (RT), yaitu RT 13 dan RT 14, dengan jumlah keseluruhan 76 partisipan yang merupakan pelaku UMKM berbasis rumah tangga.

Metode dalam pelatihan ini menggunakan desain pre-experimental dengan rancangan pre-test-post-test. Pengumpulan data kuantitatif menggunakan instrumen pre-test-post-test dengan indikator keterampilan yang terukur. Pendekatan kualitatif juga dilakukan melalui metode observasi partisipatif selama proses pelatihan berlangsung. Selanjutnya, analisis data kuantitatif dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan hasil pre-test-post-test, sedangkan data kualitatif dianalisis berdasarkan hasil observasi untuk menginterpretasikan proses dan capaian hasil karya peserta kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

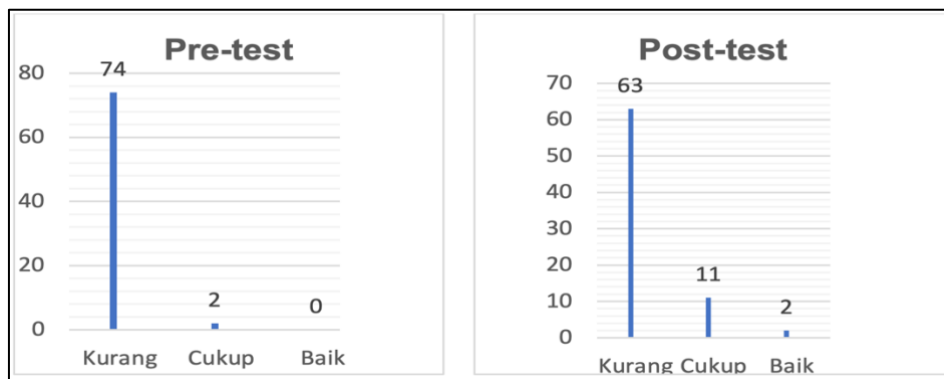
A. Hasil Pre-test dan Post-test

Tabel 1. Rentang Penilaian

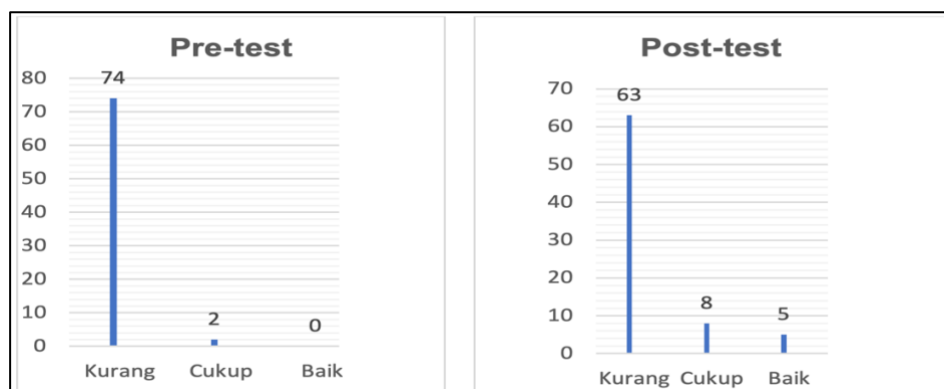
Skor	Kategori	Keterangan
1-3	Kurang	Komposisi visual, sudut pengambilan gambar, copywriting belum memenuhi standar karya
4-7	Cukup	Komposisi visual, sudut pengambilan gambar, copywriting sudah memenuhi, tapi perlu perbaikan
8-10	Baik	Komposisi visual, sudut pengambilan gambar, copywriting sudah memenuhi standar karya

Pre-test-post-test merupakan salah satu metode penelitian eksperimental yang digunakan untuk mengetahui perubahan atau hasil dalam sebuah kasus tertentu dengan membandingkan data dari sebelum dan sesudah dilakukan intervensi/pelatihan (Dehghan Nayeri et al., 2023). Metode pre-test-post-test menampilkan lima tahapan kegiatan, yaitu menampilkan hasil foto awal, evaluasi hasil foto peserta, pemberian referensi foto, proses

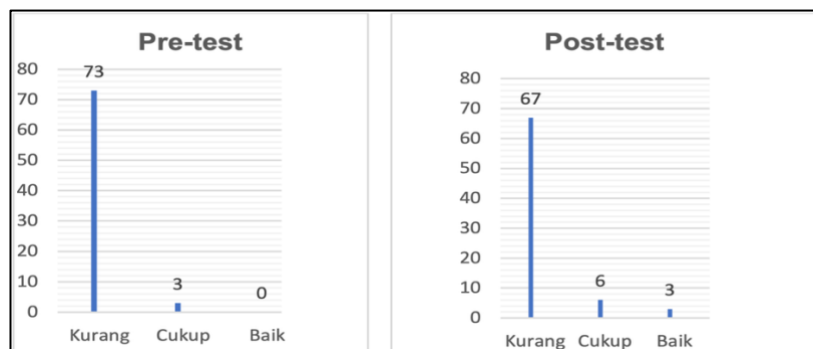
copywriting, dan hasil karya akhir. Tahapan tersebut digunakan sebagai dasar dalam proses pengumpulan data untuk mengukur kemampuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan (Gambar 1-3). Selain itu, penilaian dengan rentang skor 1 sampai 10 dan tiga indikator pengukuran, yaitu komposisi visual, sudut pengambilan gambar, dan copywriting digunakan untuk mengetahui batas pemahaman peserta.



Gambar 1. Kemampuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan dalam aspek komposisi visual



Gambar 2. Kemampuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan dalam indikator sudut pengambilan gambar



Gambar 3. Kemampuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan dalam indikator copywriting

Data pada Gambar 1-3 menunjukkan perbedaan capaian yang diperoleh peserta sebelum dan sesudah pelatihan fotografi, desain, dan copywriting. Pada indikator komposisi visual (Gambar 1), terjadi penurunan angka pada kategori kurang dan peningkatan pada kategori cukup setelah pelatihan dengan persentase masing-masing sebesar 14% dan 11%. Sementara itu, peserta dengan kategori baik meningkat sebesar 3%. Hasil indikator sudut pengambilan gambar (Gambar 2)

menunjukkan penurunan sebesar 14% pada kategori kurang dan peningkatan sebesar 8% pada kategori cukup. Persentase tertinggi sebesar 7% pada kategori baik membuktikan adanya peningkatan yang cenderung signifikan pada indikator sudut pengambilan gambar dibandingkan dengan indikator lainnya. Pada indikator copywriting (Gambar 3), penurunan angka pada kategori kurang hanya mencapai 8%, sementara pada kategori cukup dan baik meningkat masing-masing 4%.



Gambar 4. Contoh peserta yang mengikuti instrumen dari awal hingga akhir sesi pelatihan

Berdasarkan data pada Gambar 4, hasil pre-test menunjukkan bahwa peserta masih berada pada tingkat pemahaman awal terkait

fotografi, desain dan copywriting. Keterbatasan ini terlihat pada aspek komposisi visual, pemilihan sudut pengambilan gambar, serta

kurang optimalnya dalam menyusun pesan promosi dalam teks. Selain itu, peserta belum mampu menghubungkan elemen visual dan verbal secara efektif dalam sebuah karya konten promosi. Hal ini mengindikasikan bahwa peserta masih memerlukan pendampingan dalam memahami prinsip dasar fotografi, desain dan copywriting. Setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan, hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan kemampuan yang signifikan pada peserta. Peserta mulai mampu menghasilkan foto dengan komposisi yang lebih baik serta

memperhatikan aspek pencahayaan dan estetika visual. Dari sisi copywriting, terjadi peningkatan dalam penyusunan kalimat promosi yang lebih persuasif dan komunikatif. Integrasi antara visual dan teks juga terlihat lebih selaras dibandingkan dengan sebelum pelatihan. Gambar 4 menunjukkan perbandingan antara hasil karya sebelum dan sesudah pelatihan yang telah didokumentasikan secara sistematis. Perbandingan ini menunjukkan adanya perubahan kualitas karya yang konsisten pada peserta.

Hasil Foto (Pre-Test)	Evaluasi (Pre-Test)	Referensi	Proses Copywriting (Pre-Test)	Hasil Karya (Post-Test)
	warung: - pencahayaan sudah cukup - angle foto kurang pas, sehingga barang yang dijual di warung tidak terlihat semua (dof luas) kerikil & pasir: - Pencahayaan sudah cukup bagus - Angle foto bisa diubah dari angle eye level (depan) atau frog eye (bawah)	contoh foto toko  pasir dan kerikil 		

Gambar 5. Contoh peserta yang mengikuti tiga tahap pre-test dan tidak melanjutkan hingga tahap post-test

Berdasarkan Gambar 6, hasil pre-test menunjukkan bahwa peserta masih berada pada tingkat pemahaman awal yang terbatas terkait fotografi, desain dan copywriting untuk promosi digital. Aspek komposisi visual, pemanfaatan pencahayaan, serta kemampuan menyusun pesan promosi yang efektif belum terlihat baik. Pada tahap selanjutnya, tidak terlihat ada data yang dapat dianalisis karena

peserta tidak mengikuti tahapan sesuai timeline yang diberikan. Kemudian, pada tahap post-test, tidak terlihat adanya perubahan atau peningkatan kemampuan yang signifikan pada peserta setelah mengikuti kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi yang diberikan belum sepenuhnya mampu meningkatkan kompetensi peserta secara optimal.

Hasil Foto (Pre-Test)	Evaluasi (Pre-Test)	Referensi	Proses Copywriting (Pre-Test)	Hasil Karya (Post-Test)
				

Gambar 6. Contoh peserta yang mengikuti hanya mengikuti satu tahap pre-test saja dan tidak melanjutkan hingga tahap post-test

Pada Gambar 3, hasil pre-test menunjukkan bahwa peserta masih berada pada tingkat pemahaman awal yang sangat terbatas terkait fotografi, desain dan copywriting untuk membuat karya sebagai sarana promosi digital. Keterbatasan ini tampak pada aspek fotografi di bagian komposisi visual dan pemanfaatan pencahayaan. Data pada tahap dua hingga lima tidak dapat dianalisis karena peserta tidak mengikuti proses pelatihan hingga akhir sesi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pendampingan belum berjalan dengan optimal.

B. Observasi

Observasi merupakan metode utama dalam proses pengambilan data dalam penelitian kualitatif yang mencakup aktivitas menonton, mendengar, merekam kebiasaan, interaksi dan kejadian alami secara sistematis. Secara umum, observasi digunakan dalam

penelitian etnografis, studi kasus, dan kerja lapangan untuk menghasilkan pandangan kontekstual yang kaya akan praktik sosial dan budaya (Chand, 2025).

1). Mitra

Anggota yang tergabung dalam mitra pengabdian merupakan warga RT 13 dengan jumlah 34 peserta dan RT 14 yang berjumlah 42, sehingga total peserta adalah 76. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama dua belas minggu pelaksanaan kegiatan pelatihan dalam program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), diperoleh data bahwa dari total 76 peserta yang terdaftar, hanya 18 peserta atau setara dengan 24% yang tergolong sebagai peserta aktif, sedangkan 76% lainnya terhitung kurang aktif. Kriteria keaktifan dalam konteks kegiatan ini ditentukan berdasarkan tingkat kehadiran, partisipasi dalam sesi praktik,

keterlibatan dalam diskusi, serta konsistensi dalam mengikuti seluruh tahapan pelatihan dari awal hingga akhir. Data ini menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup signifikan antara jumlah peserta yang terdaftar dan tingkat partisipasi aktual selama kegiatan berlangsung. Rendahnya proporsi peserta aktif tersebut tidak dapat dilepaskan dari berbagai kendala yang dihadapi selama proses pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan.

2). Kendala Kegiatan

Secara teknis, keterbatasan perangkat digital yang dimiliki peserta menjadi hambatan utama, di mana tidak semua peserta memiliki akses terhadap perangkat yang memadai untuk mengikuti praktik desain dan fotografi secara optimal. Menurut Haryadi & Rahmasari, (2023), pada dasarnya fotografi itu mudah. Namun, faktor teknis dan psikologis menjadikan fotografi terasa lebih susah, seperti kebutuhan peralatan yang mahal, pengetahuan dan keterampilan yang kurang memadai untuk bisa menghasilkan foto yang menarik, unik, dan artistik. Selain itu, kondisi koneksi jaringan yang tidak stabil turut memengaruhi kelancaran proses pembelajaran, terutama pada saat demonstrasi penggunaan aplikasi dan praktik langsung. Kesulitan dalam pengoperasian aplikasi desain juga menjadi tantangan tersendiri, khususnya bagi peserta yang belum terbiasa dengan teknologi digital. Dari aspek kompetensi dan literasi digital, sebagian besar peserta masih berada pada

tingkat pemula, yang ditandai dengan rendahnya pengalaman dalam penggunaan perangkat digital, keterbatasan kemampuan mengetik, serta kurangnya pemahaman dalam mengelola konten promosi berbasis digital. Kondisi ini berdampak pada lambatnya proses adaptasi peserta terhadap materi yang diberikan, sehingga memengaruhi tingkat keaktifan mereka dalam mengikuti pelatihan.

Kendala lain yang turut berkontribusi terhadap rendahnya tingkat keaktifan peserta adalah aspek waktu dan konsistensi kehadiran. Sebagian besar peserta merupakan ibu rumah tangga yang memiliki tanggung jawab domestik yang cukup tinggi, sehingga sering kali mengalami kesulitan dalam membagi waktu antara kegiatan pelatihan dan kewajiban rumah tangga. Selain itu, adanya benturan jadwal dengan kegiatan sosial di lingkungan setempat juga menyebabkan beberapa peserta tidak dapat hadir secara rutin dalam setiap sesi pelatihan. Hal ini berdampak pada ketidakkonsistenan kehadiran yang pada akhirnya memengaruhi status keaktifan peserta. Dari sisi infrastruktur dan fasilitas, keterbatasan ruang pelatihan serta minimnya peralatan pendukung juga menjadi faktor penghambat dalam menciptakan lingkungan belajar yang kondusif. Kapasitas ruang yang terbatas menyebabkan tidak semua peserta dapat mengikuti praktik secara optimal dalam waktu yang bersamaan. Selain itu, keterbatasan jumlah perangkat seperti laptop dan proyektor

menghambat efektivitas penyampaian materi dan praktik langsung yang seharusnya menjadi inti dari kegiatan pelatihan ini.

Faktor psikologis dan sosial juga memiliki peran yang cukup signifikan dalam menentukan tingkat keaktifan peserta. Faktor psikologis seperti self-esteem, proactive personality, dan goal orientation berperan penting dalam menentukan kemampuan pelaku usaha menghadapi perubahan, mengatasi hambatan, dan memanfaatkan peluang digital (Mas'ud et al., 2026). Rasa malu dan percaya diri untuk menunjukkan hasil karya, adanya perbedaan tingkat kemampuan antarpeserta, serta kurangnya dukungan dari lingkungan keluarga menjadi hambatan yang memengaruhi motivasi peserta untuk terlibat secara aktif. Dalam beberapa kasus, peserta yang merasa tertinggal dari peserta lain cenderung memilih untuk tidak melanjutkan keikutsertaan secara intensif dalam kegiatan pelatihan. Selain itu, kendala dalam aspek evaluasi dan tindak lanjut juga turut memengaruhi keberlanjutan partisipasi peserta. Keterbatasan waktu yang dimiliki oleh tim penyuluh untuk melakukan pendampingan secara berkelanjutan menyebabkan sulitnya memantau perkembangan peserta secara individual setelah sesi pelatihan berlangsung. Hal ini berdampak pada menurunnya motivasi peserta untuk terus berlatih secara mandiri di luar sesi pelatihan formal.

3). Strategi Pengembangan

Setelah mengidentifikasi berbagai kendala tersebut, tim penyuluh merumuskan strategi untuk mengoptimalkan 24% peserta yang aktif melalui pendekatan personal dan penyediaan fasilitas belajar bersama. Langkah tersebut diambil agar keterbatasan ruang dan perangkat tidak mengurangi motivasi peserta yang memiliki komitmen tinggi dalam mengikuti pelatihan. Melalui pendekatan personal, tim penyuluh memberikan pendampingan satu per satu kepada peserta dalam melakukan proses digitalisasi, seperti cara menghasilkan gambar dan desain yang sesuai pada produk yang dikelola. Pendampingan ini membuat peserta merasa lebih percaya diri atas kemampuan yang dimilikinya, sehingga peserta yang merasa mampu bisa memberikan pengajaran kepada peserta lainnya.

Strategi lain yang diterapkan adalah penyediaan fasilitas belajar bersama menggunakan sistem berbagi perangkat, dimana peserta yang belum memiliki smartphone atau sudah memiliki smartphone namun masih terbatas kemampuan dalam penggunaannya, digabungkan dalam beberapa kelompok kecil yang terdiri dari 2-3 orang. Dalam kelompok kecil tersebut, peserta akan berbagi pengetahuan sesuai dengan kemampuan mereka dalam menyampaikan materi yang sudah diberikan oleh penyuluh.

Dengan demikian, data jumlah peserta aktif yang hanya mencapai 24% dari total

peserta mencerminkan kompleksitas tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan PkM berbasis pelatihan keterampilan digital. Temuan ini memberikan gambaran empiris bahwa keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh desain kegiatan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kesiapan peserta, dukungan fasilitas, serta kondisi sosial dan kultural yang melingkupinya. Namun, tim penyuluh tidak melihat angka 24% sebagai

indikator kegagalan, melainkan sebagai aset strategis bagi keberlanjutan program pelatihan.

4). Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap dimulai dari proses persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan monitoring selama 12 minggu (Tabel 2). Proses tersebut mencakup uraian aktivitas selama pelatihan, indikator keberhasilan, dan luaran yang diharapkan.

Tabel 2. Tahapan Kegiatan Pelatihan

No	Tahapan Kegiatan	Uraian Aktivitas	Metode Observasi	Indikator Keberhasilan	Luaran
1	Persiapan (Minggu 1)	Identifikasi kemampuan peserta melalui pre-test	Diskusi Interaktif, Demonstrasi, Ceramah	Teridentifikasi masalah utama	Data kebutuhan peserta
2	Persiapan (Minggu 2)	Penyusunan modul pelatihan	Diskusi	Tersusunnya modul pelatihan	Modul pelatihan
3	Pelaksanaan (Minggu 3,4,5,6,7,8)	Pelatihan memotret sederhana dan penggunaan aplikasi desain	Demonstrasi, Praktik/ Workshop, Coaching	Peserta mampu memotret dan membuat desain sederhana	Foto produk dan desain produk
4	Evaluasi dan Monitoring (Minggu 9,10,11)	Pendampingan penerapan hasil pelatihan pada UMKM	Praktik dan Diskusi	Peserta mampu menghasilkan karya foto dan desain sederhana	Karya konten promosi
5	Evaluasi dan Monitoring (Minggu 12)	Pengukuran peningkatan pemahaman melalui post-test	Diskusi dan Evaluasi Karya	>20% peserta mengalami peningkatan pemahaman	Evaluasi hasil karya

Pada tahapan kegiatan persiapan pada minggu pertama dan kedua, penyuluh kegiatan melakukan survei kebutuhan peserta untuk keperluan pengolahan data. Data yang dikumpulkan adalah jenis atau bidang produk UMKM yang dijalankan oleh mitra dan metode menjalankan usahanya. Hasil temuan berupa jenis produk UMKM yang beragam, mulai dari sektor pengolahan seperti kue kekinian, sayur siap makan, dan jajanan pasar, industri bahan

bangunan seperti batu, kerikil, dan pasir, sektor perdagangan seperti penjualan burung dan toko ritel. Dari hasil tersebut, penyuluh merancang materi yang tepat untuk disampaikan dan dipraktikkan oleh mitra untuk pertemuan berikutnya. Materi yang dirancang tidak hanya berupa teks, tetapi juga berupa skema praktik untuk pelaksanaan workshop. Selanjutnya, pada tahapan kegiatan pelaksanaan di minggu ke-3 hingga ke-8, peserta mulai melakukan pre-

test dengan memotret produk usahanya dan melampirkan pada formulir online untuk dilakukan proses kurasi oleh pemateri. Proses kurasi dilakukan selama tiga kali pertemuan untuk memastikan masing-masing peserta memahami apa yang telah mereka buat. Setelah proses kurasi foto selesai, post-test dilakukan, di mana peserta mengunggah kembali hasil foto produknya untuk melihat perbedaannya. Tahap kegiatan pelaksanaan dilanjutkan dengan pelatihan desain grafis sederhana menggunakan aplikasi Canva. Hasil foto setelah post-test diolah di aplikasi Canva dengan memberikan sentuhan artistik berupa teks dan elemen-elemen sederhana untuk menunjang penampilan produk usaha. Dengan menggunakan metode coaching, di mana penyuluh bermitra dengan klien dalam sebuah proses yang melibatkan pemikiran dan proses kreatif yang menginspirasi klien untuk memaksimalkan potensi pribadi dan profesional mereka (Greif, 2025), pemateri melakukan pendampingan pada tiap peserta yang terbagi dalam beberapa kelompok kecil. Hal tersebut memudahkan peserta dalam memahami esensi atau manfaat dari pelatihan fotografi dan desain grafis menggunakan smartphone. Evaluasi dan monitoring dilakukan selama empat periode mulai minggu ke-9 hingga ke-12. Pada sesi evaluasi, peserta secara bergantian mempresentasikan hasil karya foto dan desainnya serta menjelaskan cara kerja fotografi dan desain grafis pada produk UMKM-

nya. Setelah itu, peserta diminta untuk melakukan proses unggah hasil karyanya melalui media sosial seperti Instagram atau WhatsApp dan melihat respons yang terjadi setelahnya.

5). Hasil Kegiatan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah ini secara umum telah berhasil mencapai target luaran yang direncanakan. Tolak ukur keberhasilan program pengabdian ini meliputi: (1) meningkatnya pengetahuan dan keterampilan digital praktis. Kelompok mitra memahami pentingnya digitalisasi dengan mengetahui peran fotografi dan desain grafis dalam membangun citra dan daya tarik produk UMKM untuk mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui pemahaman tersebut, mitra mulai mampu melakukan praktik fotografi sederhana menggunakan smartphone dengan mempertimbangkan komposisi teknis yang sesuai, seperti pencahayaan dan sudut pengambilan gambar. Selain memotret, mitra juga mampu membuat desain menggunakan aplikasi Canva tak berbayar pada hasil fotografi produknya. (2) Terbentuknya kreativitas dan estetika visual. Peserta terlihat mampu bereksplorasi dengan memainkan unsur warna, teks, dan foto secara harmoni pada visual fotografi produk yang dihasilkan. Hasil nyata terciptalah beragam foto dan desain yang

menunjukkan produk rumah tangga dengan pendekatan artistik yang sederhana dan menarik. (3) Tumbuhnya rasa percaya diri dan kemandirian. Di akhir sesi pelatihan, peserta mulai menunjukkan sikap percaya diri untuk menampilkan karya produksinya melalui saluran whatsapp dan Instagram. Inisiatif untuk berkolaborasi antaranggota juga tumbuh sebagai bagian dari motivasi untuk terus belajar fotografi dan desain di era digitalisasi. (4) Dampak awal pada sosial dan ekonomi. Setelah pelatihan selesai, anggota dalam kelompok mitra mendapat pesanan baru setelah

mengunggah karya produksi di media sosial. Menurut (Rahayu & Yusuf, 2026), media sosial seperti Instagram dan Whatsapp menjadi instrumen pemasaran yang efektif dan memungkinkan mitra menyampaikan produk dengan cepat, interaktif, dan berkelanjutan dalam meningkatkan brand awareness. Selain itu, kerja sama antaranggota kemitraan turut meningkat, menjadi bukti bahwa proses pelatihan fotografi dan desain menggunakan smartphone berjalan sesuai target yang diinginkan.



Gambar 7. Sesi evaluasi atas hasil karya mitra

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pemberdayaan digital pada kelompok perempuan di Dusun Patalan sebagai mitra, menghasilkan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital. Peningkatan terhadap pengetahuan dan keterampilan praktis dalam proses digitalisasi

melalui pelatihan fotografi dan desain grafis menggunakan smartphone, menjadikan mitra lebih kreatif, mandiri, dan percaya diri dalam melakukan promosi produk UMKM dalam ekosistem digital. Hasil temuan menyebutkan adanya pertumbuhan angka sebesar 7% dalam indikator pengambilan gambar, 4% dalam indikator copywriting, dan 3% dalam indikator

komposisi visual pada kategori baik, dimana rentang skor penilaian berada di angka 8-10. Dalam kegiatan ini, ditemukan kendala teknis dan psikis yang menghasilkan proporsi keterlibatan peserta aktif hanya mencapai 24%. Strategi pendekatan personal dan fasilitas belajar bersama dilakukan untuk mengoptimalkan rendahnya jumlah peserta yang aktif mengikuti pelatihan hingga selesai. Sebagai rencana keberlanjutan, tim penyuluh merekomendasikan adanya pembentukan kelompok lokal dari 24% peserta aktif tersebut untuk diberikan pendampingan intensif, sehingga mereka mampu menjadi duta digital yang mengajarkan keterampilan kepada peserta lainnya melalui metode pembelajaran sebaya. Untuk program jangka panjang, integrasi dengan melakukan kolaborasi strategis bersama perangkat Desa Patalan guna mengatasi kendala infrastruktur di lapangan, khususnya penyediaan ruang publik, perangkat bersama, serta akses jaringan internet yang memadai dalam akselerasi UMKM lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) ISI Yogyakarta melalui relokasi anggaran DIPA ISI Yogyakarta atas dukungan akademik dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada

Pemerintah Desa Patalan dan Paguyuban Warga Salam di Bantul, Yogyakarta yang telah berpartisipasi aktif dalam tahapan kegiatan. Kontribusi dan keterbukaan mitra sangat mendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini.

KONTRIBUSI PENULIS

FWI: berkontribusi dalam perancangan penggunaan smartphone untuk praktik fotografi dan desain grafis, pengembangan materi fotografi, pelaksanaan pelatihan desain grafis, dan penyajian hasil kegiatan, pendampingan mitra, interpretasi hasil, serta penyuntingan artikel. ZM: berkontribusi dalam penyusunan konsep kegiatan, analisis kebutuhan mitra, perancangan metode pengabdian, koordinasi pelaksanaan kegiatan, pengumpulan data, supervisi program, serta penyusunan draf awal artikel. Seluruh penulis telah membaca, memberikan masukan, dan menyetujui versi akhir artikel untuk dipublikasikan

CONFLICT OF INTEREST

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam publikasi ini.

DATA AVAILABILITY STATMENT

Data yang mendukung hasil kegiatan dalam artikel ini tersedia dari penulis sponsor berdasarkan permintaan yang wajar. Permintaan data dapat disampaikan kepada penulis pengirim melalui kontak yang tercantum

dalam artikel, dengan tetap memperhatikan privasi peserta kegiatan.

DEKLARASI PENGGUNAAN AI DALAM PENULISAN NASKAH

Para penulis menggunakan Grammarly dalam penulisan abstrak untuk meningkatkan keterbacaan dan meminimalkan kesalahan tata bahasa. Namun, penulis tetap bertanggung jawab penuh atas isinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir Alkodri, A., Isnanto, B., Kirana, C., & Adiwino, B. (2024). Implementasi desain grafis untuk media promosi UMKM di Pangkalpinang. *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)*, 5(2), 1–8. <https://doi.org/10.32736/abdimastek.v5i2.2240>
- Chand, S. P. (2025). Methods of data collection in qualitative research: Interviews, focus groups, observations, and document analysis. *Advances in Educational Research and Evaluation*, 6(1), 303–317. <https://doi.org/10.25082/aere.2025.01.001>
- Dehghan Nayeri, N., Alazmani Noodeh, F., Sharif-Nia, H., Yaghoobzadeh, A., & Hossein Goudarzian, A. (2023). Statistical procedures used in pretest-posttest control group design: A review of papers in five Iranian journals. *Acta Medica Iranica*, 61(10), 584–591. <https://doi.org/10.18502/acta.v61i10.15657>
- Greif, S. (2025). The future of coaching: Building bridges between science and practice. Springer Science Business Media. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-96192-2>
- Haryadi, T., & Rahmasari, E. A. (2023). Implementasi fotografi smartphone dan aplikasi Canva dalam desain iklan produk UMKM Lumintu. *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(1), 10–28. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1890>
- Mas'ud, A. A., & Tenriyola, A. P. (2026). Kunci adaptasi UMKM Indonesia di era digital. *AGMA*. <https://agma-journal.org/index.php/agma/article/view/2026>
- Maulidiyah, W., & Nurhadi. (2023). Strategi pemberdayaan bisnis masyarakat melalui aktivitas digitalisasi UMKM guna mengoptimalkan potensi penjualan (Studi kasus pada UMKM Gudang Sandal). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat KARYA*, 3(1), 344–352. https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Mudhofar, N., Nur Hidayat, D., Adi Saputra, R., Ningrum, S., & Agung Surianto, M. (2023). Digitalisasi sebagai langkah

- inisiasi pengembangan UMKM kreatif Indonesia. *EKOPEDIA: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(4), 2700–2712. <https://doi.org/10.63822/cn4a9q74>
- masyarakat Desa Tlogobendung. Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Kuliah Kerja Nyata, 6–10. <https://doi.org/10.30587/prosidingkkn.v1i2.7784>
- Ningsih, S., Santi, M. R., & Dacosta, K. J. (2024). Model komunikasi visual foto produk untuk optimalisasi brand awareness UMKM di era digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 26–35. <https://doi.org/10.32509/jmb.v4i2.5339>
- Nurfalah, F., Rohida, L., Dhea Parlina, N., & Azzahra, S. D. (2025). Digitalisasi UMKM melalui pelatihan desain konten di Kelurahan Sindang Jawa Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon. *Sepakat: Sesi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 108–114. <https://doi.org/10.56371/sepakat.v5i2.550>
- Rahayu, R., & Yusuf, M. (2026). Pengaruh digital marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM di era digital. *REFLEKTIF: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2(4), 178–191. <https://journal-edu.org/index.php/jr/article/view/171>
- Rahmadhani, N. F., & Istiandari, D. N. (2025). Media sosial dan digitalisasi: Analisis perkembangan fotografi serta industri kreatif Indonesia. *EKOPEDIA: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(4), 2700–2712. <https://doi.org/10.63822/cn4a9q74>
- Ramdan, A. T. M., Lubis, I. A. R., Zubair, F., Jaya, R. C., & Tawaqal, R. S. (2024). Pelatihan fotografi untuk meningkatkan branding dan digital marketing produk UMKM Cibiru Wetan. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 4(1), 32–47. <https://medikom.fkominfo.uniga.ac.id/index.php/medikom/article/view/6>
- Rusmanto, D. E., Eswono, E. S. P., & Rofi'ah, Z. (2025). Pelatihan Canva untuk meningkatkan kompetensi desain digital pemuda dan UMKM di Desa 3D. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(1), 46–60. <https://doi.org/10.29407/dimastara.v5i1.27101>
- Sabililhaq, F., Keliobas, F. M., Yulianti, L., Kusuma, M. A., Dwinata, R., & Naully, D. (2023). Program edukasi digitalisasi UMKM dalam rangka meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap UMKM yang berbasis digital. *Prosiding Seminar Nasional LPPM UMJ*, 1–5. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnas/article/view/20117>
- Soedjono, S. (2009). *Fotografi dalam konstelasi budaya visual Indonesia*. Badan Penerbit ISI Yogyakarta.

Suyatna, H., Kafaa, K. A., Budiono, M. F.,
Firdaus, R. S. M., & Wibowo, I. A. (2026).
Digitalising traditional markets:
Challenges and opportunities for micro,
small, and medium enterprises (MSMEs)
in Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu
Politik*, 29(3), 265–277. <https://doi.org/10.22146/jsp.104248>

Yahya, L. M., & Pugu, M. R. (2025). UMKM
digitalisation: A bridge to economic
inclusion in the digital economy
landscape. *INJOSEDU: International
Journal of Social and Education*, 2(2),
643–651. [https://languar.net/index.php/
INJOSEDU/article/view/145](https://languar.net/index.php/INJOSEDU/article/view/145)