



## **Aktualisasi Pendampingan Foto Produk Sebagai Media Promosi Online UMKM 'Jamu Gendong Kiringan' Di Masa Pandemi Covid-19**

**Fadhilah Salsabila Afra, Muhammad Eko Atmojo**

*Department of Government Studies, Faculty of Social and Political Sciences,  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, email: [fadhilahafra34@gmail.com](mailto:fadhilahafra34@gmail.com)*

*Department of Government Studies, Faculty of Social and Political Sciences,  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, email: [muhammadekoatmojo05@gmail.com](mailto:muhammadekoatmojo05@gmail.com)*

Correspondence email: [fadhilahafra34@gmail.com](mailto:fadhilahafra34@gmail.com)

*Received: 26/06/2022. Revised: 04/07/2022. Published: 04/07/2022*

---

### **Abstract**

*The purpose of this study is to analyze the policies implemented by the Bantul Regency Government in conducting online promotion of MSMEs during COVID-19. The presence of the COVID-19 pandemic has triggered market difficulties for MSMEs, as happened in the Gendong Kringan Herbal Tourism Village in Bantul Regency, DIY. This study uses a qualitative descriptive method, with indicators of communication size, resources, disposition, and bureaucratic structure. Communication is very well established and coordinated between the parties involved. Communication is carried out by coordinating several segments such as the photographer community, the Bantul Tourism Office, the Jamu Gendong Kiran Manager to the community of the Jamu Gendong Kiringan tourist village. The availability of resources that include human resources, budget, and infrastructure is sufficient to support product photo shooting activities in the Gendong Kiran Herbal Tourism Village. the disposition/attitude government is very enthusiastic about introducing these tourist village destinations. This is evident in terms of the commitment shown by the Bantul Tourism Office is very high. the bureaucratic structure in product photo assistance activities is carried out by the division of each task and can be carried out properly.*

**Keywords:** *Implementation; Product Photo; MSME; Covid-19*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menganalisis kebijakan yang diimplementasikan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dalam melakukan promosi online UMKM di masa pandemi covid-19. Hadirnya pandemi covid-19 memicu kesulitan pasar bagi UMKM sebagaimana yang terjadi di Desa Wisata Jamu Gendong Kringan di Kabupaten Bantul, DIY. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan indikator ukuran komunikasi, sumberdaya, disposisi dan struktur birokrasi. Komunikasi terjalin dengan sangat baik dan terkoordinir antar pihak yang terlibat. Komunikasi dilakukan dengan

menjalin koordinasi pada beberapa segmen seperti komunitas fotografer, Dinas Pariwisata Bantul, Pengelola Jamu Gendong Kiringan hingga masyarakat desa wisata Jamu Gendong Kiringan. Ketersediaan sumberdaya yang mencakup SDM, anggaran dan sarana prasarana sudah cukup memadai untuk menunjang kegiatan pemotretan foto produk di Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan. Disposisi/sikap pemerintah sangat bersemangat dalam memperkenalkan destinasi desa wisata tersebut. Hal ini terbukti dari segi komitmen yang ditunjukkan Dinas Pariwisata Bantul sangat tinggi. Struktur birokrasi dalam kegiatan pendampingan foto produk dijalankan sesuai dengan pembagian tugas masing-masing dan dapat terselenggara dengan baik.

**Kata kunci:** Implementasi; Foto Produk; UMKM; Covid-19

## Pendahuluan

Secara global wabah *Covid-19* telah terjadi sejak awal tahun 2020 termasuk di Indonesia. *Covid-19* adalah penyakit menular yang disebabkan oleh keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit ringan hingga berat, mulai dari flu biasa hingga penyakit serius seperti MERS dan SARS. Penyebaran virus *Covid-19* masih menjadi perhatian banyak Negara sampai saat ini. Menurut situs *real time Coronavirus COVID-19 Global Cases*, angka mengenai kasus virus ini terus meningkat (Bahtiar & Saragih, 2020). Meski tingkat pemulihan *Covid-19* terus meningkat, jumlah kasus penyebaran *Covid-19* juga ikut meningkat sehingga mengakibatkan peningkatan ketidakpastian yang akan terus mengganggu laju perekonomian global. Selama pandemi *Covid-19*, pariwisata menjadi salah satu industri yang terkena dampak penyebaran virus tersebut. Kelemahan dalam pariwisata telah memberikan efek *knock-on* pada UMKM.

Menurut data P2E LIPI, dampak penurunan pariwisata terhadap usaha kecil dan menengah (UKM) di industri makanan dan minuman adalah 27%. Dampak terhadap usaha kecil sebesar 1,77% dan dampak terhadap usaha menengah besar sebesar 0,07% (Bahtiar & Saragih, 2020). Faktanya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Ada penurunan produktivitas di antara usaha kecil dan menengah, yang dapat berdampak negatif pada pendapatan mereka. Sebagai akibat dari kurangnya daya beli di antara pelanggan, pendapatan juga menurun. Kegiatan konsumsi masyarakat juga dibatasi karena keinginan masyarakat untuk menghemat uang di tengah pandemi. Dari permasalahan tersebut sederhananya kita dapat melihat siklus kegiatan ekonomi di masyarakat melambat drastis, dan pemerintah harus bertindak cepat untuk mengatasi masalah ekonomi yang melanda masyarakat (Kurniawansyah, 2020).

Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM melalui pemberian izin usaha bagi pelaku UMKM sekaligus memberi pendampingan untuk mengembangkan usaha. Seiring dengan kemajuan teknologi dan komunikasi yang semakin canggih saat ini, banyak para pelaku usaha terkhususnya UMKM semakin

memilih untuk memasarkan produk dan jasanya melalui media sosial yang kini menjadi komponen kunci dalam menyampaikan informasi. Salah satu hal hebat tentang media sosial adalah bahwa ia memiliki begitu banyak potensi untuk pertumbuhan bisnis. Menurut Hardilawati dalam (Lestanata et al., 2021) menyatakan bahwa pemasaran melalui pemanfaatan teknologi digital atau disebut juga digital marketing dapat membantu pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasanya tanpa memandang jarak, waktu, atau sarana komunikasi. Kebiasaan bisnis baru bagi pelaku UMKM harus dikembangkan di era digital, begitu juga di masa *Covid-19* yang berdampak pada penerapan peraturan perundang-undangan pembatasan sosial.

Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan merupakan salah satu destinasi desa wisata yang terletak di Kabupaten Bantul, provinsi DI Yogyakarta, yang mana sangat merasakan dampak dari akibat adanya pandemi *Covid-19*. Desa wisata jamu gendong Kiringan memiliki sekitar 132 UMKM produsen jamu yang rata-rata didominasi kaum perempuan. Selain memasarkan produk-produk jamu mereka, sebelum masa pandemi para UMKM Jamu Gendong Kiringan juga membuka kelas bagi pelanggan maupun wisatawan yang ingin belajar tentang jamu dan bagaimana cara membuat jamu. Namun hadirnya pandemic covid-19 memutarbalikan keadaan yang menyebabkan terjadinya kontraksi cukup drastic bagi Pelaku UMKM Jamu Gendong Kiringan ini. pemberlakuan kebijakan pembatasan social secara tidak langsung menutup pasar bagi pelaku UMKM Jamu Gendong iniyang masih mengandalkan pemasaran secara konvensional dan bertumpu pada sector pariwisata.

Kondisi ini memaksa Pelaku UMKM Jamu Gendong Kiringan untuk melakukan inovasi dalam pemasaran produknya agar dapat bertahan di tengah pandemic covid-19. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan yaitu mengadopsi peran teknologi dalam promosi produknya. Kemudian salah satu aspek penting dalam keberhasilan promosi online adalah panyajian foto produk yang menarik (Rahmayanti, 2021). Sedangkan pelaku UMKM Jamu Gendong Kiringan sebagian besar belum memperhatikan kualitas foto produk yang menjadi salah satu aspek menarik dalam promosi online. Melihat problematika ini memantik pemerintah Kabupaten Bantul untuk memberi pendampingan foto produk sebagai upaya dalam meningkatkan daya tarik pada promosi online produk UMKM Jamu Gendong Kiringan. Pendampingan foto produk dalam suksesi promosi online pada produk UMKM banyak diupayakan di berbagai daerah sebagaimana yang disebutkan dalam penelitian (Sidhartani et al., 2020), (Saptiyono et al., 2021), dan (Purnama Sari & Lydia Irena, 2021). Namun beberapa penelitian tersebut hanya membahas implementasi foto produk dari proses hingga hasil pemotretannya saja. Oleh karena itu hal ini menarik peneliti untuk membahas bagaimana pendampingan foto produk pada Pelaku UMKM Jamu Gendong Kiringan di masa pandemic covid-19 dengan kajian teori George C. Edwards III.

Implementasi kebijakan ialah tahapan strategis yang dilakukan setelah adanya proses perumusan suatu kebijakan, dikarenakan pada tahap ini suatu kebijakan akan diuji, baik secara substantif maupun tingkat efektivitas penggunaannya (Dunn, 1994). Menurut

Daniel Mazmanian dan Paul Sabater, 1983 dalam Leo Agustin (2006:139) mendefinisikan bahwa implementasi kebijakan sebagai pelaksanaan keputusan kebijakan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang, namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau keputusan badan peradilan. Lazimnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, dan berbagai cara untuk menstrukturkan atau mengatur proses implementasinya. Dalam arti seluas-luasnya, implementasi juga sering dianggap sebagai bentuk pengoperasionalisasian atau penyelenggaraan aktivitas yang telah ditetapkan berdasarkan undang-undang dan menjadi kesepakatan bersama diantara beragam pemangku kepentingan (stakeholders), aktor, organisasi (public atau privat), prosedur, dan teknik secara sinergistik yang digerakan untuk bekerjasama guna menerapkan kebijakan kearah tertentu yang dikehendaki. Jadi secara singkat, implementasi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh implementor untuk mendistribusikan hasil kebijakan (policy output) kepada kelompok sasaran dari kebijakan tersebut untuk mencapai tujuan kebijakan.

Menurut George C. Edwards III (1980) dalam Subarsono (2005:90), berpandangan bahwa implementasi kebijakan di pengaruhi oleh empat variable yang mempengaruhi pelaksanaan kinerja implementor, yaitu:

- 1) Komunikasi, yaitu keberhasilan implementasi kebijakan mensyaratkan agar implementor mengetahui apa yang harus dilakukan, dimana yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan harus ditransmisikan keada kelompok sasaran, sehingga akan mengurangi distorsi implementasi.
- 2) Sumberdaya, meskipun isi kebijakan telah dikomunikasikan secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implementor kekurangan sumber daya untuk melaksanakan, maka implementasi tidak akan berjalan efektif. Sumberdaya tersebut dapat berwujud sumber daya manusia, misalnya kompetensi implementor dan sumber daya finansial.
- 3) Disposisi, adalah watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementor, seperti komitmen, kejujuran, sifat demokratis. Apabila implementor memiliki disposisi yang baik, maka implementor tersebut dapat menjalankan kebijakan dengan baik seperti apa yang diinginkan oleh pembuat kebijakan, maka proses implementasi kebijakan juga tidak efektif.
- 4) Struktur Birokrasi. Struktur organisasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan. Aspek dari struktur organisasi adalah Standard Operating Procedure (SOP) dan fragmentasi. Struktur organisasi yang berlalu panjang akan cenderung melemahkan pengawasan dan menimbulkan red-tape, yakni prosedur birokrasi yang rumit dan kompleks, yang menjadikan aktivitas organisasi tidak fleksibel.

Keberhasilan implementasi menurut Merilee S. Grindle (dalam Subarsono, 2011:93) dipengaruhi oleh dua variabel besar, yakni isi kebijakan (content of policy) dan lingkungan implementasi (context of implementation). Variabel tersebut mencakup sejauhmana kepentingan kelompok sasaran termuat dalam isi kebijakan, jenis manfaat yang diterima oleh kelompok sasaran, sejauhmana perubahan yang diinginkan dari sebuah kebijakan apakah letak sebuah program suda tepat, apakah sebuah kebijakan telah menyebutkan implementornya dengan rinci, dan apakah sebuah program didukung oleh sumber daya yang memadai. Dalam penelitian ini penulis ingin menginformasikan bahwa jamu yang dibuat oleh masyarakat dusun Kiringan kebanyakan masih sangat tradisional. Selain itu banyak produsen jamu di desa wisata jamu gendong Kiringan yang belum menguasai teknologi media masa, sehingga mereka belum tahu caranya melakukan promosi online secara mandiri. Maka dari itu peran pemerintahlah yang sangat menonjol dan dominan dalam penelitian ini. Sehingga dari beberapa teori diatas pendekatan yang cocok dengan penelitian ini adalah teorinya George C. Edwards.

### **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, berdasarkan rumusan masalah dan disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai, maka jenis penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mengumpulkan informasi yang mendalam tentang topik-topik penting. Menurut Somantri (2005) penelitian deskriptif bertujuan untuk membentuk deskripsi, gambaran, dan fakta yang akurat. Pada saat yang sama, metode kualitas menangkap gambar dalam bentuk ide, visualisasi, atau gambar dari perspektif yang dipertimbangkan. Fokus masalah dalam penelitian ini berorientasi pada masalah penelitian, yaitu implementasi kebijakan pemerintah Kabupaten Bantul dalam pendampingan promosi online UMKM di masa pandemi *Covid-19*, dengan melihat empat variable yang menjadi kriteria penting dalam implementasi kebijakan yang sebagaimana dikemukakan oleh George C. Edwards III (Subarsono, 2005) yaitu diantaranya: komunikasi, sumberdaya, disposisi, dan struktur birokrasi. Informan yang terlibat merupakan orang yang dapat memberikan informasi tentang kondisi dan situasi, menguasai permasalahan secara mendalam, serta dapat dipercaya untuk menjadi sumber data. Informan yang terlibat dalam penelitian ini yaitu: Kasi Promosi dan Informasi Dinas Pariwisata Bantul, Pengelola Sentra Desa Wisata Jamu Gendong, dan Masyarakat produsen jamu (2 orang). Selain itu ditambah dengan pengumpulan literatur sebagai penunjang data.

### **Hasil dan Pembahasan**

Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan merupakan desa yang dikenal sebagai desa penghasil produk jamu. Desa ini memiliki sekitar 132 UMKM produsen jamu yang rata-rata di dominasi kaum perempuan khususnya ibu-ibu. Pada masa pandemi *Covid-19* saat ini untuk memastikan eksistensi Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan, berbagai upaya

telah dilakukan oleh pemerintah daerah setempat. Salah satunya adalah melalui promosi online oleh Dinas Pariwisata Bantul dengan mengenalkan sentra jamu Kiringan melalui kegiatan pemotretan. Kegiatan promosi online pemotretan ini dilaksanakan guna untuk merealisasikan Rencana Kerja Dinas Pariwisata Bantul tahun 2021, dimana dengan adanya pandemi *Covid-19*, tema RKP Tahun 2021 disesuaikan menjadi “Mempercepat pemulihan ekonomi dan reformasi sosial”. Seperti yang kita ketahui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu pilar utama perekonomian di mana dengan adanya UMKM dapat membantu membuka lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha. Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 menegaskan bahwa UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kamandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan potensi UMKM di setiap daerah, salah satunya adalah dengan melakukan pendampingan promosi UMKM.

Menggelar sebuah *Event Human Story*, yang bertajuk “Pahit Manis Jamu Gendong”, kegiatan pemotretan ini di laksanakan pada hari Sabtu tanggal 19 Juni 2021 di area desa wisata jamu. Lokasi pemotretan diambil mulai dari area persawahan, permukiman rumah warga, bahkan hingga di area kandang ternak warga yang ada di sana. Kepala Dinas Pariwisata Pemkab Bantul Kwintarto Heru Prabowo, S. Sos, mengatakan “kegiatan tersebut merupakan salah satu upaya pemerintah untuk mengembangkan industri pariwisata masyarakat bekerjasama dengan model Hexahelix”. Ia berharap kegiatan serupa dapat dilakukan secara rutin, kolektif dan terukur agar semua pihak yang terlibat dapat merasakan manfaatnya selama pandemi Covid-19 yang sedang berlangsung. (<https://pariwisata.bantulkab.go.id>, 2021). Nantinya foto-foto hasil “jepretan” profesional fotografer ini selanjutnya akan dipromosikan melalui berbagai media sosial seperti *Instagram, Facebook, Twitter* dan *website-website* berita terutama dari *website* Dinas Pariwisata Bantul.



**Sumber: Website Dinas Pariwisata Bantul**

Selain itu Bapak Markus Purnomo Adi, SE selaku Kasi Promosi dan Informasi Dinas Pariwisata Bantul menjelaskan bahwa keunikan yang dimiliki oleh desa wisata jamu gendong inilah yang dijadikan tujuan atau tolak ukur sasaran diadakannya kegiatan pemotretan di Desa Wisata Jamu Kiringan. Kegiatan pemotretan ini dilakukan berdasarkan dengan variabel implementasi kebijakan yang sudah dijelaskan sebelumnya, berikut hasil dan pembahasannya:

## 1. Komunikasi

Model komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Bantul adalah Komunikasi Eksternal Organisasi, yaitu komunikasi yang dimaksudkan untuk mengirim informasi public oleh administrator/aparatur kepada sektor swasta dan masyarakat atau sektor bisnis dan mengakomodasi opini public dari masyarakat dan sektor bisnis (Silalahi, 2004). Adapun pola komunikasi yang terjadi diantaranya yaitu, *pertama*, Kasi promosi Dinpar Bantul menghubungi secara langsung dan berkomunikasi bersama koordinator komunitas fotografe untuk menentukan objek yang menarik dalam penyelenggaraan pendampingan foto produk. Sehingga terpilihah desa wisata jamu gendong Kiringan untuk pengambilan foto. *Kedua*, Kasi promosi Dinpar Bantul berkoordinasi dengan kepala Dinas Pariwisata Bantul dan menjelaskan tentang rencana kegiatan yang berkolaborasi dengan komunitas fotografer di desa wisata jamu gendong Kiringan.

*Ketiga*, Kasi promosi Dinpar Bantul menghubungi pihak pengelola sentra desa wisata jamu gendong Kiringan dan menyampaikan bahwa akan diselenggarakan sebuah pendampingan pemotretan foto produk yang dikolaborasikan dengan komunitas fotografer yang diawali dengan pelaksanaan survey tempat dan objek terlebih dahulu. Kemudian ditetapkanlah tanggal pelaksanaan kegiatan tersebut dan pengelola sentra jamu membantu mensosialisasikan rencana pedampingan ini kepada masyarakat desa wisata jamu. Dengan adanya kegiatan pemotretan ini adapun beberapa manfaat yang didapat yaitu, terlihat beberapa masyarakat maupun komunitas tertentu tertarik dengan dunia fotografi, kemudian foto diunggah melalui akun media sosial mereka. Selain mengenalkan destinasi wisata yang ada, manfaat utama yang dicapai dari kegiatan pemotretan ini adalah dari segi pendapatan yang diperoleh oleh para UMKM pengrajin jamu yang ada di desa tersebut.

## 2. Sumber Daya

Dalam kegiatan promosi online pemotretan ini, terdapat beberapa SDM yang terlibat yaitu pemerintah, Sahabat Komunitas Fotografi, tim media, akademisi, Ikatan Duta Wisata Bantul (IDWB), Pengurus Asuhan Mandiri (ASMN), Tanaman Obat Keluarga (TOGA), dan pelaku industri jamu yaitu masyarakat di desa itu sendiri. Sedangkan untuk sumberdaya lain pendukung kegiatan terdiri dari ketersediaan sumber dana yang dialokasikan menggunakan dana dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Bantul 2021. Adapun sumberdaya lainnya yaitu ketersediaan sarana dan prasarana yang mencakup beberapa hal seperti perlengkapan kamera, berbagai macam jenis lensa dan tripod. Lensa kamera yang digunakan saat pemotretan adalah lensa Prime, Zoom, Telefoto, Ultra Wide, dan lain-lain. ketersediaan sumber daya pendukung yang memadahi baik dari SDM, anggaran maupun sarana dan prasarana dapat menjadi salah satu factor kesuksesan sebuah kegiatan. Namun untuk intensitas kehadiran masyarakat dalam pendampingan pemotretan foto produk sangat terbatas dikarenakan adanya pembatasan peserta karena untuk mencegah terjadinya kluster penularan covid-19.

### 3. Disposisi

Dinas pariwisata Bantul yang berperan sebagai penyelenggara dari kegiatan pemotretan ini memiliki komitmen yang kuat dalam kegiatan ini. Terlebih dalam mempromosikan sebuah destinasi wisata yang ada di kabupaten Bantul merupakan tugas dari Dinas Pariwisata Bantul. Dengan komitmen yang ada, Dinas Pariwisata Bantul ingin memperkenalkan destinasi wisata tersebut pada masyarakat luas bahkan mancanegara. Upaya ini berusaha diwujudkan dengan pembuatan video, buku, *pamphlet*, *vlog*, dan juga komunitas fotografi seperti yang dilakukan kemarin. Sikap disposisi yang dimiliki oleh Dinpar Bantul dalam melakukan kegiatan pemotretan ini juga diakui oleh pengelola sentra desa wisata jamu kiringan, beliau mengatakan:

“Dinas pariwisata sangat mengetahui potensi ataupun kelebihan yang ada di desa wisata jamu kiringan dari pada desa wisata yang lain, maka ide kegiatan pemotretan ini memang muncul dari pemerintah. Desa wisata jamu kiringan dulu juga sempat memenangkan juara terkait tanaman obat, dan selain itu juga pernah menang juara nasional film dokumenter”.

Dari penjelasan dan data tersebut dapat penulis simpulkan bahwa dalam melaksanakan kegiatan pemotretan ini pemerintah sangat bersemangat dalam memperkenalkan destinasi desa wisata jamu gendong kiringan, baik dari segi potensi maupun produk yang dihasilkan oleh UMKM jamu disana.

### 4. Struktur Birokrasi

Pada kegiatan pemotretan di desa wisata jamu gendong Kiringan terdapat beberapa pihak yang terlibat seperti pemerintah, pengelola sentra desa wisata jamu, dan komunitas fotografi. Untuk pembagian tugas dari kegiatan tersebut Dinas Pariwisata Bantul sendiri memiliki peran sebagai pihak yang membuat ide atas pelaksanaan kegiatan pendampingannya. Selain itu juga Dinas Pariwisata Bantul memiliki tugas sebagai pihak yang menyediakan anggaran untuk mendukung kegiatan tersebut. Selanjutnya untuk pengelola sentra desa wisata jamu, mereka memiliki tugas sebagai pihak yang menyediakan tempat dan konsumsi. Terakhir adalah komunitas fotografer yang bertugas untuk membidik foto produk maupun kegiatan tersebut.

Dari penjelasan data diatas penulis menyimpulkan bahwa struktur birokrasi yang terlibat dalam kegiatan tersebut sangat sistematis, sehingga memudahkan berbagai pihak yang terlibat menjalankan tugas sesuai mekanisme yang ada. Dari proses pelaksanaan kegiatan pendampingan yang sudah dijelaskan diatas, adapun tanggapan dari UMKM jamu Kiringan tentang kegiatan tersebut adalah sangat baik. UMKM jamu desa Kiringan merasa sangat senang dan terbantu dengan adanya bantuan mempromosikan destinasi mereka secara online terkhususnya pada produk-produk jamu yang dihasilkan dari desa tersebut. Ibu Wasirah dan ibu Gieum selaku warga yang ikut andil menjadi model kegiatan ini pun merasakan manfaat dari kebijakan tersebut, dimana keterbatasan mereka dalam mengoprasikan teknologi

dalam hal promosi dapat terbantu dan dapat meningkatkan pembeli yang membeli produk jamu mereka.

## Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pendampingan pemerintah daerah yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Bantul terhadap UMKM yang ada di Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan dimasa pandemi covid-19 saat ini merupakan sebuah kebijakan yang sangat tepat dan membantu. Kegiatan pemotretan dan promosi secara online tersebut memberikan manfaat yang dibutuhkan oleh UMKM pengrajin jamu desa Kiringan. Segala faktor yang dibutuhkan dalam kebijakan tersebut terpenuhi maupun tersedia dengan baik. *Pertama*, Komunikasi terjalin dengan sangat baik dan terkoordinir antar pihak yang terlibat. Komunikasi dilakukan dengan menjalin koordinasi pada beberapa segmen seperti komunitas fotografer, Dinas Pariwisata Bantul, Pengelola Jamu Gendong Kiringan hingga masyarakat desa wisata Jamu Gendong Kiringan. *Kedua*, Ketersediaan sumberdaya yang mencakup SDM, anggaran dan sarana prasarana sudah cukup memadai untuk menunjang kegiatan pemotretan foto prooduk di Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan. Namun untuk intensitas kehadiran masyarakat dalam pendampingan pemotretan foto produk sangat terbatas dikarenakan adanya pembatasan peserta karena untuk mencegah terjadinya kluster penularan covid-19. *Ketiga*, disposisi/sikap dalam menjalankan kegiatan pemotretan *Event Human Story* di desa wisata jamu gendong Kiringan, pemerintah sangat bersemangat dalam memperkenalkan destinasi desa wisata tersebut. Hal ini terbukti dari segi komitmen yang ditunjukkan Dinas Pariwisata Bantul sangat tinggi. *Keempat*, struktur birokrasi dalam kegiatan pendampingan foto produk dijalankan sesuai dengan pembagian tugas masing-masing dan dapat terselenggara dengan baik. Kesuksesan penyelenggaraan kegiatan juga tidak terlepas dari peran penting berbagai aspek yang berkesinambungan dan dinamis.

## Referensi

- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, 12, 20.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (COVID-19). *Germas*, 0–115. [https://infeksiemerging.kemkes.go.id/download/REV-04\\_Pedoman\\_P2\\_COVID-19\\_27\\_Maret2020\\_TTD1.pdf](https://infeksiemerging.kemkes.go.id/download/REV-04_Pedoman_P2_COVID-19_27_Maret2020_TTD1.pdf) [Diakses 11 Juni 2021].



- Kurniawansyah, H. (2020). Konsep Kebijakan Strategis Dalam Menangani Eksternalitas Ekonomi Dari Covid - 19 Pada Masyarakat Rentan Di Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, Vol. 1 No.(2)*, 130–139.
- Lestanata, Y., Pratama, I. N., & Zitri, I. (2021). *Pendampingan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Pemasaran Produk Secara Online Ditengah Covid-19 Di Desa Gumantar Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara. 1*, 10–15.
- Purnama Sari, W., & Lydia Irena, dan. (2021). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Umkm. *Versi Cetak*, 4(3), 633–642.
- Rahmayanti, H. D. (2021). Pendampingan Foto Produk Umkm Komunitas Saung Taleus Di Kota Bogor Menggunakan Ponsel Cerdas. *Jurnal Pekamas*, 1(2), 79–83.  
<https://doi.org/10.46961/pkm.v1i2.465>
- Saptiyono, A., Watie, E. D. S., & Febriana, K. A. (2021). Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari. *Tematik*, 3(1), 2775–3360.  
<https://journals.usm.ac.id/index.php/tematik/article/view/3033>
- Sidhartani, S., Pratama, D., Raden, A. Z. M., & Qeis, M. I. (2020). Pelatihan Foto Produk UMKM Wayang Golek Sebagai Upaya Promosi Pasca Pandemi Covid-19. *Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan Dan Penerapan IPTEKS*, 18(2), 180–189.  
<https://doi.org/10.33369/dr.v18i2.13522>
- Sunartono. (2021). Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan Mulai Bangkit. Retrieved from *Jogjapolitanwebsite*:<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/06/21/511/1075032/desa-wisata-jamu-gendong-kiringan-mulai-bangkit>
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Undang-Undang No.11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja