



Jurnal Politeknik Caltex Riau

Terbit Online pada laman <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jiter-pm>

| e- ISSN : 2986-1519 (Online) |

DOI: 10.35143/jiter-pm.v1i2.5901

## Workshop Foto Produk UMKM Sebagai Bagian dari Strategi Promosi di Media Sosial

Rika Perdana Sari<sup>1</sup>, Retno Tri Wahyuni<sup>2</sup>, Elva Susianti<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Caltex Riau, Program Studi Teknik Informatika, email: rika@pcr.ac.id

<sup>2</sup>Politeknik Caltex Riau, Program Studi Teknik Rekayasa Sistem Elektronika, email: retnotri@pcr.ac.id

<sup>3</sup>Politeknik Caltex Riau, Program Studi Teknik Rekayasa Sistem Elektronika, email: elva@pcr.ac.id

### Abstrak

*Kemajuan teknologi dan keterbukaan akses masyarakat untuk memperoleh informasi, merupakan peluang bisnis bagi kemajuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pemanfaatan teknologi dengan tepat, berdampak pada peningkatan produktivitas penjualan. Pemilihan cara dan strategi UMKM dalam melakukan proses pemasaran merupakan hal yang harus dilakukan untuk peningkatan usaha. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat melakukan proses pemasaran secara digital. Pemasaran digital dapat dilakukan dengan menyediakan content promosi produk yang menarik, salah satunya dengan foto produk. UMKM dapat menawarkan produk dengan menampilkan bentuk visual produk yang ditawarkan, yang bermanfaat untuk memperkenalkan produk dan meyakinkan calon konsumen. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM, permasalahan saat ini adalah ketidakmampuan pelaku UMKM untuk mengambil foto produk secara menarik. Keterbatasan dana operasional, peralatan pendukung fotografi, dan kemampuan untuk melakukan foto, merupakan permasalahan lainnya. Pelaku usaha belum kepikiran bahwa dengan menggunakan ponsel (smartphone), foto produk dapat dilakukan secara mandiri dan menghasilkan foto yang menarik. Untuk itu pada pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kegiatan workshop foto produk UMKM. Pelaku UMKM diberikan pengetahuan terkait digital marketing, cara dan teknik mengambil foto produk yang menarik, dan editing foto dengan menggunakan aplikasi editor foto. Diakhir kegiatan dilakukan survey, untuk mengukur kepuasan peserta selama mengikuti kegiatan. Diperoleh hasil bahwa 90.57% peserta menyatakan kegiatan yang diberikan sangat baik sekali, dan berharap akan ada program-program baik lainnya, yang dapat membantu pelaku UMKM.*

**Kata kunci:** *UMKM, Digital Marketing, Foto, Produk*

### Abstract

*Advances in technology and open public access to information are business opportunities for advancing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The utilization of technology properly has an impact on increasing sales productivity. The selection of MSME methods and strategies in carrying out the marketing process is something that must be done to improve business. By utilizing technology, MSMEs can carry out digital marketing processes. Digital marketing can be done by providing exciting product promotion content, including product photos. MSMEs can offer products by displaying the visual form of the products presented, which helps introduce products and convince potential customers. Based on interviews conducted with several MSME actors, the current problem is the need for MSME actors to take attractive product photos. Limited operational funds,*

*photographic support equipment, and the ability to take pictures are other problems. Business actors have yet to think that by using a mobile phone (smartphone), product photos can be done independently and produce attractive images. For this reason, a photo workshop for MSME products was carried out in community service. MSMEs are given knowledge of digital marketing, ways, and techniques to make attractive product photos, and photo editing using a photo editor application. At the end of the activity, a survey was conducted to measure participant satisfaction during the training. The result was that 90.57% of the participants stated that the activities provided were very good and hoped that other good programs could help MSME actors.*

**Keywords:** MSME, Digital Marketing, Photo, Product

---

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau biasanya disingkat dengan UMKM merupakan usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil maupun rumah tangga. Secara lebih rinci, pengertian terkait UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang UMKM [1]. UMKM perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat, yang diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan, dimana salah satunya melalui dukungan dari pihak sivitas akademika. Pelaku UMKM dapat meningkatkan terwujudnya pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan, serta penciptaan lapangan kerja. Dengan kemajuan teknologi dan keterbukaan akses masyarakat untuk memperoleh informasi, maka hal ini tentunya dapat mempengaruhi perkembangan UMKM. Pemanfaatan teknologi dengan tepat, dapat berdampak pada kemajuan UMKM. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat bagi pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas dan pemasarannya. Salah satu aspek usaha atau bisnis yang mengalami perubahan yang signifikan adalah pemasaran. Pemasaran melalui media sosial merupakan salah satu cara pemasaran secara digital yang diminati oleh pelaku usaha saat ini [2][3][4]. Pelaku usaha dapat membagikan foto produk, poster maupun video, dengan visual yang menarik [5][6].

Pemasaran secara digital menuntut pelaku usaha untuk melakukan inovasi dan kreatifitas melalui *branding*, sehingga nilai jual produk menjadi meningkat, disamping itu juga perlu menyusun strategi pemasaran yang kreatif untuk memikat calon konsumen [7][8][9]. Untuk itu menguasai strategi pemasaran secara digital merupakan hal yang perlu dilakukan oleh seluruh pelaku UMKM. Salah satu strategi pemasaran digital adalah dengan menyediakan foto produk yang menarik. Foto produk merupakan bentuk visual dari wujud nyata sebuah produk yang ditawarkan, yang bermanfaat untuk memperkenalkan produk dan meyakinkan calon konsumen.

Wawancara yang dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM di kota Pekanbaru dan kabupaten Kampar, diperoleh bahwa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha untuk pemasaran digital adalah ketidakmampuan untuk mengambil foto produk secara menarik. Keterbatasan dana operasional untuk mengambil foto, penyediaan peralatan dan perangkat untuk melakukan fotografi merupakan permasalahan utama dari pelaku usaha. Pelaku usaha beranggapan, karena keterbatasan peralatan yang dimiliki, maka diperlukan menggunakan pihak khusus yang memiliki keahlian untuk mengambil foto. Pelaku usaha belum kepikiran bahwa dengan menggunakan ponsel (*smartphone*), foto produk dapat dilakukan secara mandiri. Komponen yang paling utama pada saat mengambil foto produk adalah cahaya. Pada umumnya kamera pada perangkat *smartphone* sudah difasilitasi dengan sumber cahaya berupa *flash* yang arah datangnya sama dengan objek yang mau diambil. Namun hal ini kurang dapat menghasilkan foto produk yang artistik, untuk itu diperlukan cahaya tambahan, berupa cahaya langsung dari sinar matahari, atau cahaya dari lampu tambahan. Teknik memposisikan objek terhadap cahaya juga perlu diatur, sehingga kualitas foto produk yang dihasilkan bagus. Jika terdapat hasil yang perlu diatur komposisinya, maka pelaku usaha dapat memanfaatkan berbagai aplikasi digital, sehingga kualitas foto produk dapat lebih ditingkatkan [10][11].

Berdasarkan kebutuhan pelaku UMKM yang berada di sekitar kota Pekanbaru dan kabupaten Kampar, maka pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tim memberikan pendampingan untuk melakukan pengambilan foto produk. Pengambilan foto juga dilakukan dengan memperhatikan teknik dan pencahayaan. Pelaku UMKM juga diajarkan untuk menggunakan aplikasi editor foto. Salah satu aplikasi editor foto digital yang banyak digunakan adalah *snapseed*. Aplikasi ini dapat dengan mudah diinstall pada perangkat *smartphone*. Sehingga hasil foto produk yang dihasilkan menarik, yang nantinya dapat meningkatkan penjualan UMKM.

## 2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk menambah pengetahuan *skill* dari pelaku UMKM dalam menginformasikan produk dan memasarkannya. Salah satunya adalah dengan membuat foto produk, serta melakukan *editing* foto yang akan bermanfaat dalam memasarkan produk secara *online*.

Adapun agenda kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### a. Seminar *Digital Marketing*

Kegiatan ini merupakan penyampaian materi tentang digital marketing, terkait hal-hal apa saja yang harus mulai dipersiapkan oleh UMKM, cara-cara melakukan pemasaran secara digital, serta *best practice* yang dilakukan oleh narasumber dalam merintis usaha UMKM nya.

### b. Foto Produk UMKM

Kegiatan ini merupakan pemaparan materi tentang pentingnya foto produk untuk mendukung pengenalan usaha dan pemasaran produk. Disamping itu juga diberikan tips-tips untuk menghasilkan kualitas foto produk yang baik dan menarik. Serta pemaparan terkait dengan penggunaan aplikasi foto editor, sehingga kualitas hasil foto dapat lebih ditingkatkan.

### c. Praktik Foto Produk

Pada kegiatan ini, peserta mengambil foto dan mempraktikkan tips-tips fotografi dengan produk-produk UMKM nya masing-masing. Spot-spot foto sudah disediakan oleh pihak panitia, begitu juga dengan berbagai macam *property* foto. Peserta diminta untuk memilih *property* foto yang paling sesuai dengan maksud/ cerita foto yang ingin dihasilkan.

### d. Praktik *Editing*

Pada kegiatan ini peserta yang telah melakukan praktik foto dan memilih salah satu dari foto yang dihasilkan dapat mempraktekkan cara melakukan *editing* dengan aplikasi *snapseed*, di *smartphone* masing-masing.

### e. Pengumpulan Foto

Pada kegiatan ini, peserta yang telah selesai membuat desain, diminta untuk mengirimkan hasilnya ke WAG WS Pemasaran & PP. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan hasil praktik yang telah dilakukan, serta memotivasi peserta terhadap kemampuan dalam mengambil foto dan melakukan *editing* foto.



Gambar 1. Whatsapp Grup Peserta

f. *Feedback* Kegiatan

Setelah semua rangkaian kegiatan selesai, peserta diminta untuk mengisi kuesioner, untuk mengetahui pemahaman, kemampuan dan motivasi peserta setelah mengikuti kegiatan. Disamping itu juga ditanyakan kebutuhan program-program lainnya di masa datang.

Kuesiner diukur dengan menggunakan skala likert, yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat persetujuan peserta terhadap serangkaian pertanyaan yang diberikan. Tingkat persetujuan yang dimaksud adalah skala likert 1-5 pilihan, dengan pertanyaan positif (+). Adapun tingkatan gradasi skalanya yakni Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-Ragu (RG), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS).

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Kuesioner

Kode	Pertanyaan
P1	Kesesuaian program dengan kebutuhan
P2	Program/ materi memberikan manfaat untuk penyelesaian masalah yang dihadapi mitra/ peserta
P3	Program/ materi memberikan motivasi untuk perubahan sikap, pengetahuan, dan keterampilan sesuai dengan sasaran program
P4	Materi yang telah disampaikan dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan
P5	Penyampaian materi jelas, menarik, dan mudah dipahami
P6	Lama waktu pelaksanaan
P7	Jadwal waktu pelaksanaan

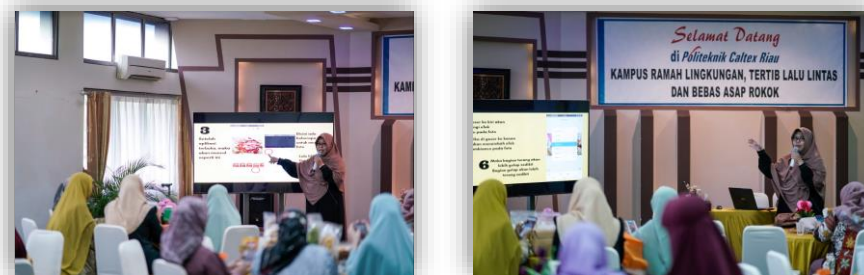
3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan workshop foto produk ini diselenggarakan pada hari Jumat, tanggal 02 Desember 2022 jam 08.00-12.00 bertempat di R. 203 Politeknik Caltex Riau. Kegiatan ini mengangkat judul “Seminar Pemasaran Digital dan Workshop Photo Produk UMKM”. Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta dari UMKM yang berada di kota Pekanbaru dan kabupaten Kampar.



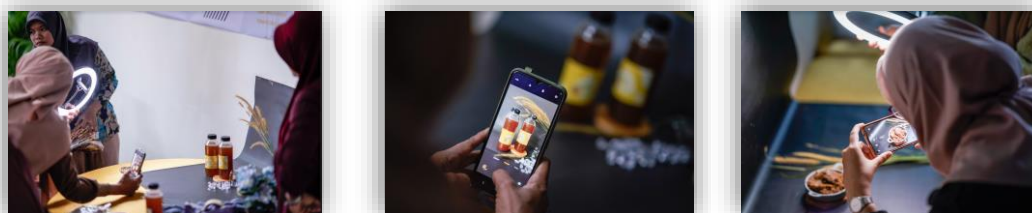
Gambar 2. Poster Seminar Pemasaran Digital & Workshop Photo Product UMKM

Perkembangan digital pada saat ini, dan kemudahan akses terhadap informasi merupakan peluang strategis bagi pelaku UMKM untuk mengenalkan produknya. Dimana gambaran yang jelas dari sebuah produk, dapat diberikan secara visual. Sebelum melakukan praktik pengambilan foto dan *editing* secara mandiri, peserta diberikan informasi dan pemahaman materi pengambilan foto dan melakukan proses *editing*, yang nantinya dapat menunjang usaha mereka.



Gambar 3. Pemaparan materi foto produk dan editing foto

Setelah pemaparan materi selesai dilaksanakan, maka peserta diminta untuk melakukan praktik pengambilan foto produk UMKM yang telah dibawa. Spot foto disediakan di beberapa tempat, berikut property foto yang dapat dipilih oleh peserta. Pada kegiatan praktik, peserta diminta untuk mempraktekkan tips-tips yang telah diberikan sebelumnya, seperti pengaturan pencahayaan, posisi peletakan produk, penggunaan property dan lain sebagainya. Hal ini dimaksudkan agar hasil foto lebih baik.



Gambar 4. Praktik pengambilan foto produk

Setelah proses foto selesai dilakukan, peserta diminta untuk melakukan *editing*, sehingga kualitas foto lebih maksimal dan menarik. Kegiatan ini berlangsung dengan sangat baik, antusias peserta untuk menghasilkan foto yang lebih baik sangat tinggi. Peserta menyatakan sebelum mengikuti kegiatan ini, pengambilan foto dilakukan seadanya, tanpa memikirkan kualitas hasil foto. Setelah mengikuti kegiatan *workshop*, peserta menyatakan dapat memahami untuk foto yang lebih baik, seperti bagaimana menonjolkan detail produk, kualitas foto yang lebih tajam dan tidak *blur*, pencahayaan yang cukup, menambahkan *property* untuk foto yang menarik, pengaturan pemilihan *background* sebagai latar belakang foto. Gambar 5, 6 dan 7 adalah beberapa hasil foto produk UMKM.



Gambar 5. Hasil foto produk UMKM Ponari



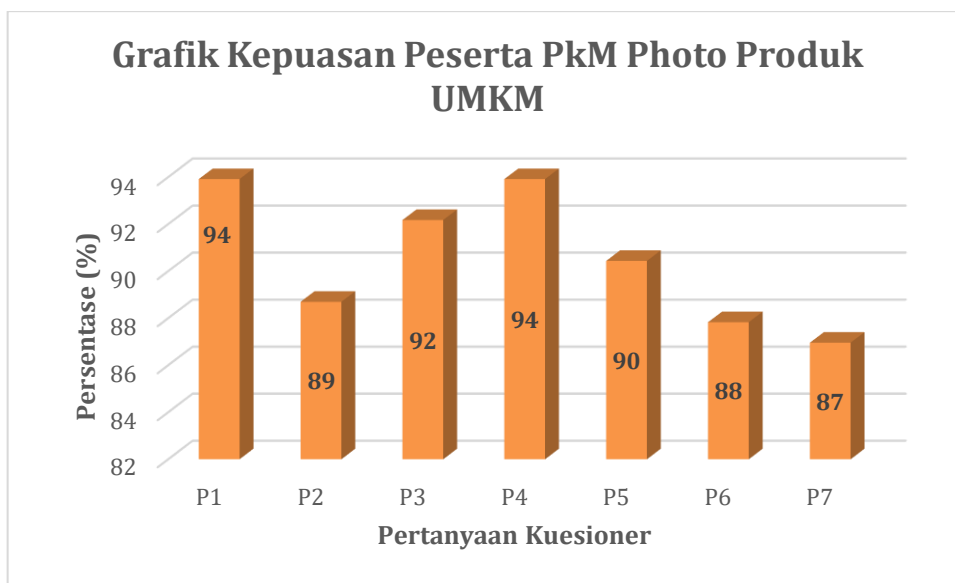
Gambar 6. Hasil foto produk UMKM Bell Kichen Catering



Gambar 7. Hasil foto produk UMKM Jahe Merah Ulie



Evaluasi dari kegiatan diukur berdasarkan survey kuesioner yang diberikan kepada peserta. Dari 30 orang peserta, yang mengembalikan kuesioner hanya 23 orang. Sebanyak 94% peserta menyatakan bahwa materi dan praktik yang diberikan kepada peserta, telah sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan oleh peserta. Sebanyak 89% peserta menyatakan bahwa program/ materi yang disajikan, memberikan manfaat untuk penyelesaian masalah yang dihadapi mitra/ peserta UMKM, yakni terkait membuat foto produk yang menarik. Sebanyak 92% peserta menyatakan bahwa program/ materi yang disajikan, memberikan motivasi untuk perubahan sikap, pengetahuan, dan keterampilan sesuai dengan sasaran program, yakni pemasaran produk secara digital, dan penyajian strategi pemasaran, berupa informasi produk melalui foto yang bagus dan menarik.



Gambar 8. Grafik Kepuasan Peserta PkM

Sebanyak 94% peserta menyatakan bahwa materi yang telah disampaikan, yakni tips-tips foto produk dan cara melakukan editing foto untuk meningkatkan hasil kualitas foto, dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Sebanyak 90% peserta menyatakan bahwa narasumber dapat menyampaikan materi dengan jelas, menarik, dan mudah dipahami peserta. Sebanyak 88% peserta menyatakan durasi waktu kegiatan dan 87% menyatakan jadwal kegiatan sudah sangat baik.

Diakhir kegiatan seluruh peserta, narasumber dan panitia yang terlibat dalam penyelenggaraan seminar dan workshop melakukan foto bersama.



Gambar 9. Foto bersama pada kegiatan PkM

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, diambil beberapa kesimpulan yakni Pelaku UMKM yang hadir, mendapatkan pengetahuan tentang strategi pemasaran secara digital dengan baik. Disamping itu pelaku UMKM juga mendapatkan pengetahuan untuk pengambilan foto produk dan dapat mempraktekannya dengan sangat baik.

#### Daftar Pustaka

- [1] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- [2] Nugraheny, Dwi., Pujiastuti, Asih., Sudaryanto., Wintolo, Hero., Agustian, Harliyus., Aryanto, Salam., Indrianingsih, Yuliani., & Honggowibowo, Anton Setiawan., "Pendampingan Pelatihan Cara Pengambilan Foto Produk UMKM Untuk Pemasaran Di Media Social", *Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, Vol. 5, No. 1, 23-30, 2022.
- [3] Nurcahya, Eka Dwi., Prameswari, Citra Ratih., Munir, M Syahrul., Intyanto, Gramandha Wega., Pawening, Ari Setiya., & Kumala, Charisma Indra., "Pelatihan Foto Produk UMKM Kabupaten Pacitan Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Promosi Di Media Sosial", *Jurnal Adimas*, 79-85, 2022.
- [4] Wijaya, Anggita Langgeng., Shiwanggi, Ariawan, Sisca Ayu Pemata Sari., & Latifah, Novita Nur., "Peningkatan Kualitas Foto Produk dan Tampilan Pengemasan Produk Susu Kambing Etawa pada Setia Aji Farm Madiun sebagai Usaha untuk Mendukung Pemasaran Produk secara Online", *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 3, No. 3, 165-171, 2022.
- [5] Sakti, Imanuel Madea., Pratiwi, Dinita Christy., & Jat, Setia Candra., "Pelatihan Fotografi dan Editing untuk Meningkatkan Promosi Produk Kerajinan Rajut", *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 02, No. 03, 451-464, 2022.
- [6] Arifin, Yoseph Tajul., Malau, Yesni., Irnawati, Oky., & Watmah, Sri., "Pelatihan Pembuatan Konten Menarik Untuk Iklan Produk Pada UMKM Pabuaran", *Jurnal Abdimas Yakaci: Pengabdian Kepada Masyarakat Yayasan Kreatif Cemerlang Indonesia*, Vol. 1, No. 1, 1-8, 2022.
- [7] Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D, "Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM", *Jurnal Masyarakat Mandiri*, Vol. 5, No. 5, 2640–2651, 2021.
- [8] Cahyani, W. P., & Sutopo, U, "Pelatihan Foto Produk Dan Pembuatan Desain Promosi Bagi Pelaku UMKM Pengolahan Belimbing (Averr) Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Promosi", *Prodimas: Prosiding Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, 174–187, 2021.
- [9] Nurlaily, Ferina., Asmoro, Priandhita Sukowidyanti., & Aini, Edlyn Khurotul., "Pelatihan Teknik Foto Produk Menggunakan Smartphone Untuk Meningkatkan Visual Branding Usaha Rintisan", *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1, No. 3, 347-356, 2021.
- [10] Suprianingsih., Desipriani., & Ariyansah, Daren., "Pelatihan Fotografi Produk Dengan Menggunakan Mini Box Studio Pada UKM Walidayna", *Jurnal Basemah Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 1, No. 2, 49-56, 2022.
- [11] Kussanti, Devy Putri., Fitriansyah, Fifit., Harbet, Parlin., & Atmaja, Jaka., "Pelatihan Teknik Food Fotografi dalam Meningkatkan Branding pada UMKM Prima Global Mart Bekasi", *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, Vol. 2, No. 4, 30-41, 2022.