

Pelatihan Foto Produk Untuk Pemasaran Digital Bagi Anggota PKK Kelurahan Tirto

¹Tri Pudji Wahjuningsih, ²Victorianus AS, ^{*3}Prastuti Sulistyorini

¹Program Studi Teknik Informatika, STMIK Widya Pratama, Indonesia

²Program Studi Komputerisasi Akuntansi, STMIK Widya Pratama, Indonesia

³Program Studi Sistem Informasi, STMIK Widya Pratama, Indonesia Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

e-mail: ^{*3}psulistyorini72@gmail.com, ¹tripudjiwahjuningsih@gmail.com,
²fixvictor@gmail.com

Abstrak

Pelatihan foto produk merupakan salah satu upaya strategis dalam meningkatkan kemampuan anggota PKK Kelurahan Tirto dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Kegiatan pelatihan foto produk dilatarbelakangi dari permasalahan yang dihadapi mitra yaitu sebanyak 68,75% mitra tidak dapat membuat foto produk dengan smartphone yang menarik dan estetik, 56,25% mitra cukup mengalami kesulitan memotret produk, 93,75% mitra ingin memiliki kemampuan memotret produk dengan lebih baik, 75% mitra tidak mengenal komposisi foto, dan 62,50% mitra tidak mengenal cahaya saat memotret. Untuk mengatasi permasalahan dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan untuk memberikan pelatihan kepada mitra agar kemampuan teknis mitra dalam pengambilan gambar produk dapat meningkat, serta untuk mengetahui dampak pelatihan foto produk bagi mitra. Metode pengabdian terdiri dari metode pelaksanaan dengan menggunakan metode penyuluhan (ceramah), demonstrasi dan praktek langsung. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan sebesar 90,90% mitra dapat membuat foto produk dengan smartphone, 100% mitra memiliki kemampuan memotret produk dengan lebih baik, 63,64% mitra tidak kesulitan memotret produk, 72,72% mitra mengenal komposisi foto, 81,82% mitra mengenal cahaya saat memotret, dan sebanyak 81,82% mitra memahami manfaat foto produk untuk pemasaran melalui media sosial. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa kegiatan pelatihan foto produk telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pengetahuan dan ketrampilan mitra.

Kata kunci: *Pelatihan, Foto Produk, Pemasaran Digital*

1. PENDAHULUAN

Dampak dari perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara memasarkan produk. Pemasaran digital, menjadi sarana yang sangat efektif untuk menjangkau konsumen secara luas dan efisien, terutama bagi pelaku usaha kecil dan rumah tangga. Pemasaran digital melalui media sosial telah berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan penjualan dan interaksi dengan konsumen [1]. Digital marketing dapat diartikan suatu usaha mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan [2]. Digital marketing atau pemasaran online merupakan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial (instagram, facebook, twitter, tiktok) dan website yang bertujuan untuk membuat konsumen tertarik untuk menggunakan jasa atau

mengonsumsi produk yang dihasilkan perusahaan [3]. Pemasaran digital merupakan salah satu strategi untuk dapat memenangkan kunggulan bersaing [4].

Dalam pemasaran digital, foto produk sangat penting untuk identitas bagi penjual itu sendiri, dapat meningkatkan nilai jual, sebagai sarana untuk pemasaran melalui sosial media. Foto produk merupakan sebuah foto yang dihasilkan dari kamera baik kamera analog maupun kamera digital dimana dalam pengambilan foto memerlukan sarana dan prasarana untuk menghasilkan foto dari produk agar terlihat baik dan menarik [5]. Foto produk merupakan salah satu kunci penarik minat konsumen untuk melakukan pembelian [6]. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [7] yang menunjukkan hasil bahwa adanya foto produk berpengaruh positif pada minat konsumen dalam membeli di e-commerce.

Salah satu upaya strategis untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi di tingkat lokal dapat dilakukan melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat yang melibatkan anggota PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga). Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan gerakan pembangunan masyarakat dengan wanita sebagai motor penggeraknya [8]. Setiap anggota PKK didorong untuk membentuk kelompok usaha peningkatan pendapatan keluarga melalui kelompok usaha ekonomi produktif.

Anggota PKK Kelurahan Tirto yang tergabung dalam kelompok usaha ekonomi produktif sebanyak 18 orang, dengan jenis usaha rumahan bergerak pada perdagangan produk makanan dan minuman. Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra diperoleh informasi bahwa pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam mengemas dan mempromosikan produk digital, khususnya dalam hal pengambilan foto produk yang menarik dan profesional masih kurang. Foto produk yang baik tidak hanya menggambarkan barang yang dijual, tetapi dapat membangun citra dan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Namun, kendala utama bagi mitra adalah keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan dalam teknik fotografi. Hal tersebut didukung dengan data hasil pengumpulan data melalui kuesioner diperoleh informasi bahwa sebanyak 81,25% mitra telah menggunakan media sosial (facebook, instagram, dan twitter) untuk media pemasarannya, sebanyak 68,75% mitra tidak dapat membuat foto produk dengan smartphone yang menarik dan estetik, 56,25% mitra cukup mengalami kesulitan memotret produk, 93,75% mitra memiliki keinginan untuk memiliki kemampuan memotret produk dengan lebih baik, 75% mitra tidak mengenal komposisi foto, 62,50% mitra tidak mengenal cahaya saat memotret, dan 93,75% mitra tidak memahami manfaat foto produk dalam pemasaran melalui media sosial.

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, pengabdian memberikan solusi atas masalah tersebut dengan melaksanakan kegiatan pelatihan tentang fotografi produk menggunakan smartphone. Melalui pelatihan ini, pengetahuan, ketrampilan, dan kreativitas mitra dalam memotret produknya dapat diasah. Pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan teknis mitra dalam pengambilan gambar produk, memahami prinsip dasar pencahayaan, komposisi, serta pengeditan sederhana. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya menjadi sarana peningkatan kapasitas individu mitra, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi keluarga dan masyarakat di Kelurahan Tirto secara keseluruhan.

Tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan foto produk, yaitu untuk mendeskripsikan pelaksanaan pelatihan foto produk, serta untuk mengetahui dampak pelatihan foto produk bagi mitra.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat meliputi :

1. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode penyuluhan dan edukasi serta pelatihan dan praktek langsung. Penyuluhan dan edukasi dilakukan dengan menggunakan metode ceramah. Melalui penyuluhan ini, tim pengabdian memberikan pengetahuan baru untuk meningkatkan pemahaman mitra tentang teknik fotografi produk dan manfaat foto produk dalam pemasaran melalui media sosial. Untuk

membuat mitra terlibat secara aktif, tim pengabdian melaksanakan pelatihan dan praktek secara langsung. Pelatihan diawali dengan demonstrasi yang selanjutnya peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan ketrampilan secara langsung dengan menggunakan smartphone masing masing mitra.

2. Profil Mitra

Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah anggota PKK Kelurahan Tirto yang tergabung dalam kelompok usaha ekonomi produktif dengan jumlah anggota sebanyak 18 orang. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertempat di aula Kelurahan Tirto Kecamatan Pekalongan Barat yang berlokasi di Jl. K.H. Achmad Dahlan Gg. 14 No. 4 Kota Pekalongan.

3. Prosedur Pelaksanaan Pengabdian

Untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada mitra, prosedur pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat meliputi tahapan, sebagai berikut :

1. Tahapan Pra Kegiatan

Tahap pra kegiatan diawali dengan melakukan wawancara kepada Lurah dan Ketua PKK Kelurahan Tirto untuk mengetahui permasalahan dalam pemasaran dan foto produk yang digunakan dalam promosi. Disamping wawancara, tim pengabdian melakukan observasi foto - foto produk yang telah dihasilkan mitra. Dari hasil wawancara, observasi dan diskusi antara mitra dan tim pengabdian, disepakati jadwal dan materi kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan dengan rundown berikut:

Tabel 1. Rounddown Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

| Waktu | Kegiatan | Deskripsi | Narasumber |
|---------------|--|--|--|
| 08.00 – 08.30 | Registrasi Peserta | Pendaftaran Peserta | Tim Pengabdian dan Staf Administrasi Kelurahan Tirto |
| 08.30 – 08.45 | Pembukaan | Sambutan | Kepala Kelurahan, Ketua Tim Pengabdian |
| 08.45 – 09.00 | Pre Test | Untuk mengetahui pengetahuan dan ketrampilan mitra sebelum dilaksanakan kegiatan penyuluhan dan pelatihan | Tim Pengabdian dan mahasiswa (Ilva Nur Muzayanah dan Arfi Fahrurriyah) |
| 09.00 – 10.00 | Materi 1 : Pemasaran Online melalui media sosial | Membahas dasar - dasar pemasaran online dengan menggunakan media sosial, dan komponen - komponen pemasaran online | Tim Pengabdian (Prastuti Sulistyorini, S.T, M.Kom dan Tri Pudji Wahjuningsih, S.E, M.Si) |
| 10.00 – 11.30 | Materi 2 : Dasar – Dasar Teknik Fotografi Produk | Membahas dasar - dasar foto produk, teknik pemotretatan foto produk, dan demonstrasi teknik pemotretan foto produk | Tim Pengabdian (Victorianus AS, S.E, M.Si, sekaligus sebagai fotografer profesional) |

| | | | |
|---------------|---|---|---|
| 11.30 – 12.30 | Pelatihan : Praktek Langsung Fotografi Produk | Mitra mempraktikkan teknik fotografi produk dengan pendampingan narasumber | Tim Pengabdian dan mahasiswa (Ilva Nur Muzayanah dan Arfi Fahruriyah) |
| 12.30 – 12.45 | Post Test | Untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan ketrampilan mitra setelah dilaksanakan kegiatan penyuluhan dan pelatihan | Tim Pengabdian dan mahasiswa (Ilva Nur Muzayanah dan Arfi Fahruriyah) |

3. Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi bertujuan untuk mengukur efektifitas pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diberikan kepada mitra. Monitoring dilakukan dengan melihat hasil foto produk di media sosial mitra guna memastikan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil pre test dan post test yang diberikan kepada mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi anggota PKK telah terlaksana dengan baik dan lancar. Berdasarkan pengumpulan data dikatakan bahwa sebanyak 81,25% mitra telah menggunakan media sosial (facebook, instagram, dan twitter) untuk media pemasarannya, sebanyak 68,75% mitra tidak dapat membuat foto produk dengan smartphone yang menarik dan estetik, 56,25% mitra cukup mengalami kesulitan memotret produk, 93,75% mitra memiliki keinginan untuk memiliki kemampuan memotret produk dengan lebih baik, 75% mitra tidak mengenal komposisi foto, 62,50% mitra tidak mengenal cahaya saat memotret, dan 93,75% mitra tidak memahami manfaat foto produk dalam pemasaran melalui media sosial.

Untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mitra, pengabdian memberikan paparan mengenai pemasaran online menggunakan media sosial. Dalam pemasaran melalui media sosial, keputusan seseorang untuk membeli produk tidak hanya dipengaruhi oleh iklan atau konten dari penjual saja, tetapi juga oleh berbagai aktor sosial dan psikologis yang terlibat dalam lingkungan digital salah satunya adalah peer influence [9]. Hal ini dilakukan karena salah satu keputusan membeli sebuah produk sangat dipengaruhi oleh adanya media sosial. Salah satu bagian penting yang harus ada dalam pemasaran melalui media sosial yaitu adanya foto produk[10]. Oleh karena itu pengabdian memberikan materi dan demonstrasi mengenai beberapa cara memotret foto produk. Selain paparan, kegiatan ini dikombinasikan dengan tanya jawab. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar 1 berikut :



Gambar 1. Paparan Pemasaran Digital dan Fotografi Produk

Setelah paparan selesai, kegiatan dilanjutkan dengan memberikan pelatihan kepada mitra tentang teknik fotografi dengan menggunakan kamera smartphone sendiri. Pelatihan ini

diharapkan dapat menambah ketrampilan mitra dalam memotret produk yang baik dan menarik sehingga dapat digunakan sebagai branding visual yang menarik, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produknya. Materi pelatihan diawali dengan demonstrasi, dilanjutkan praktek secara langsung beberapa teknik memotret foto produk, yaitu teknik studi mini dari kardus dan lampu neon, teknik moret di teras rumah, teknik motret dengan window lighting, motret dengan lampu LED, sudut pemotretan, dan komposisi rule of third. Properti pendukung pemotretan disediakan oleh tim pengabdian. Dokumentasi kegiatan pelatihan dapat dilihat pada gambar 2 dan gambar 3 berikut :



Gambar 2. Demo Pemotretan Foto Produk



Gambar 3. Praktek motret Foto Produk

Untuk mengukur dampak pelatihan yang diberikan kepada mitra, pengabdian melakukan post test dengan hasil menunjukkan bahwa 90,90% mitra dapat membuat foto produk dengan smartphone, 100% mitra memiliki kemampuan memotret produk dengan lebih baik, 63,64% mitra tidak kesulitan memotret produk, 72,72% mitra mengenal komposisi foto, 81,82% mitra mengenal cahaya saat memotret, sebanyak 81,82% mitra memahami manfaat foto produk untuk pemasaran melalui media sosial. Dari hasil post test tersebut menunjukkan adanya peningkatan secara signifikan wawasan dan ketrampilan mitra mengenai foto produk.

4. KESIMPULAN

Permasalahan yang dihadapi telah diminimalisir dengan terlaksananya kegiatan pelatihan ini. Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk anggota PKK Kelurahan Tirto Kota Pekalongan telah berjalan dengan baik dan memperoleh tanggapan positif dari peserta pelatihan. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan kegiatan perencanaan yaitu dengan mengajukan permohonan ijin ke objek penelitian hingga akhir kegiatan berupa evaluasi dengan memberikan post test kepada mitra. Dari hasil post test menunjukkan bahwa presentase mitra tidak memahami manfaat foto produk dalam pemasaran turun menjadi 18,18% dibanding hasil pre test menunjukkan angka 93,75%. Presentase mitra mengalami kesulitan dalam memotret produk turun menjadi 36,36% dibandingkan hasil pre test menunjukkan angka 56,25%. Presentase mitra tidak mengenal cara saat memotret turun menjadi 18,18% dibandingkan hasil pre test menunjukkan angka 62,50%. Dengan melihat hasil post test menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra serta telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pengetahuan dan ketrampilan mitra.

5. SARAN

Saran yang dapat diberikan oleh tim pengabdian adalah pelatihan tingkat lanjut tentang teknik fotografi produk dengan kamera handphone dapat dilakukan kembali dengan peserta yang tidak hanya anggota PKK Kelurahan Tirto tetapi seluruh pengusaha kecil wanita di lingkungan Kelurahan Tirto. Pengetahuan mitra tentang fotografi produk semakin bertambah,

dengan dilaksanakannya pelatihan tingkat lanjut. Pelatihan tingkat lanjut sangat penting sebagai branding produk, dan untuk meningkatkan daya saing usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Institut Widya Pratama Pekalongan yang telah memberi dukungan finansial dan memberikan kontribusi lainnya terhadap kegiatan pengabdian ini..

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. & Royle., "The digital marketing skills gap : developing a digital marketer model for the communication industries," *International Journal of Information Management, Elsevier Ltd*, 34(2), pp. 65 - 73, 2014.
- [2] R. & Lucyantoro, "Penerapan Startegi Digital Marketing, Teori ANtrian Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya)," *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol. 3 No. 4, pp. 38 - 57, doi.org/10.55606/jppmi.v1i3.44, 2024.
- [3] S. & V. Lombok, "Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Digital Marketing Terhadap Kpeutusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)," *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, pp. 953 - 964, doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524, 2022.
- [4] M. & Suryandani, "Implementasi Digital Marketing untuk Optimalisasi Pemasaran Pada UP2K PKK," in *Prosiding Seminar Nasional Unimus Vol. 3*, Semarang, 2020.
- [5] d. Nugraheny, "Pendampingan pelatihan cara pengambilan foto produk UMKM untuk pemasaran di media social," *Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Vol. 5, No. 1 Januari*, pp. 23 - 29, doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1017, 2022.
- [6] F. & Agusta, "Pengembangan Fotografi Produk Dalam Pemasaran Digital Produk Konveksi Zubs Di Yogyakarta," in *Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat*, Yogyakarta, 2019.
- [7] L. F. L. Saipulloh Fauzi, "Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce," Februari 2021. [Online].
- [8] d. Ria Zulkha, "Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk PKK," *Jurnal Pengabdian Untuk Mu Negeri*, Vol 3 No. 2 November, pp. 80 - 84, doi.org/10.37859/jpumri.v3i2.1506, 2019.
- [9] L. Moriansyah, "Pemasaran Melalui Media Sosial : Antecedents dan Consequences Social Media Marketing : Antecedents and Consequence - Penelitian Komunikasi dan Opini Publik," 2015.
- [10] F. & Febriyanti, "Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Karang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 2 No. 3 September*, pp. 20 - 27, 2023.