



Pengembangan Strategi Pemasaran Digital Melalui Pelatihan Fotografi Produk Menggunakan *Smartphone*

Ni Made Nike Zeamita Widiyanti^{1*}, Eka Nurmindia Dewi Mandalika¹, Anna Apriana Hidayanti¹, Rifani Nur Sindy Setiawan¹, Sharfina Nabilah¹

¹(Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia).

Article history

Received: 7 Desember 2023

Revised: 11 Desember 2023

Accepted: 12 Desember 2023

*Corresponding Author:

Ni Made Nike Zeamita Widiyanti,
Program Studi Agribisnis, Fakultas
Pertanian Universitas Mataram,
Mataram, Indonesia;
Email: zeamita@unram.ac.id

Abstract: *The rapid development of technology has changed all aspects of people's lives, one of which is the digital marketing system. Therefore, it is necessary to support good and attractive product photos to attract consumers. The purpose of this service activity is to increase the utilization of smartphones for novice entrepreneurs to make attractive product photos. This activity is carried out by providing training in making product photos with smartphones. There were 30 participants in this training, all of whom were students of entrepreneurship courses. This training was carried out by providing material through a power point presentation followed by the practice of making product photos using a smartphone. Based on the results of the training, participants' knowledge of product photo techniques using smartphones has increased and participants have produced attractive product photos. Participants felt that this activity was useful to support the business being run.*

Keywords: *photo; marketing; smartphone*

Abstrak: Perkembangan teknologi yang pesat membuat seluruh aspek kehidupan masyarakat berubah, salah satunya adalah sistem pemasaran secara digital. Oleh karena itu perlu adanya dukungan foto produk yang baik dan menarik guna menarik para konsumen. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemanfaatan *smartphone* bagi pengusaha pemula untuk membuat foto produk yang menarik. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan pembuatan foto produk dengan *smartphone*. Peserta pelatihan ini sebanyak 30 orang, seluruhnya merupakan mahasiswa mata kuliah kewirausahaan. Pelatihan ini dilaksanakan dengan memberikan materi melalui presentasi power point kemudian diikuti dengan praktik pembuatan foto produk dengan menggunakan *smartphone*. Berdasarkan hasil pelatihan, pengetahuan peserta terhadap teknik foto produk menggunakan *smartphone* mengalami peningkatan dan peserta telah menghasilkan foto produk yang menarik. Peserta merasa bahwa kegiatan ini bermanfaat untuk mendukung usaha yang sedang dijalankan.

Kata kunci: foto; pemasaran; smartphone

PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin berkembang saat ini membuat seluruh aspek kehidupan masyarakat berubah, tidak terkecuali pada bidang perekonomian. Perkembangan teknologi menjadikan *smartphone* menjadi salah satu kebutuhan yang penting. *Smartphone* tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi secara pribadi, namun saat ini *smartphone* juga banyak dimanfaatkan fungsinya oleh pelaku usaha sebagai alat untuk melakukan pemasaran produk. Perkembangan teknologi membuat pemasaran produk tidak hanya dilakukan secara *offline*, namun juga dilakukan secara *online*. Pemasaran produk secara *online* tentunya membutuhkan internet serta media yang digunakan untuk melakukan promosi. Media yang paling banyak digunakan saat ini adalah media sosial seperti facebook dan Instagram. Selain media sosial pelaku usaha juga banyak menggunakan *marketplace* untuk menjual produknya misalnya seperti tookpedia dan shopee. Sosial media memberikan banyak kontribusi dalam pemasaran

secara digital dengan biaya pemasaran yang lebih rendah (Yunianto dan Nafisah, 2022). Melalui pemasaran secara digital, para pemilik usaha dapat memperluas peluang wilayah pemasaran sehingga pemasaran digital dapat meningkatkan pendapatan UMKM (Jasri *et. al.*, 2022). Namun saat ini hanya sekitar 17% dari sektor UMKM di Indonesia yang memanfaatkan pemasaran secara digital (Wardhani dan Arina, 2021).

Pemasaran digital merupakan pemasaran yang memanfaatkan media internet. Pemasaran secara digital dapat memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen lebih luas dengan cepat. Manfaat lain dapat dirasakan melalui pemasaran digital adalah komunikasi antar pelanggan dan pemasok dapat berkomunikasi selama 24 jam dan *real time* sehingga komunikasi dapat berjalan lebih efektif dan efisien (Gumilang, 2019). Selain manfaat yang diberikan, ada beberapa kendala yang dihadapi para pengusaha pada sistem pemasaran digital, salah satunya foto produk. Pemasaran produk secara *online* membuat konsumen tidak bisa melihat produk secara langsung atau nyata, sehingga pelaku usaha harus memberikan informasi produk berupa foto agar konsumen memiliki gambaran mengenai produk yang akan mereka beli. Foto produk dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Servanda *et. al.*, (2019), Paujiah *et. al.*, (2022), Astuti *et. al.*, (2023). Oleh karena itu penting bagi pelaku usaha untuk membuat foto produk yang menarik.

Foto produk menjadi solusi bagi keterbatasan konsumen karena tidak dapat menyentuh dan melihat secara langsung produknya (Muhayyian, 2022). Foto produk digunakan sebagai alat promosi yang penting bagi pemasaran secara *online*. Foto produk akan memperlihatkan visual produk sebagai gambaran bagi konsumen terhadap produk yang akan dibeli. Foto produk tidak hanya dapat dibuat dengan alat-alat fotografi yang mahal, tetapi juga dapat memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki. Namun pemanfaatan *smartphone* untuk foto produk hingga saat ini masih banyak yang belum menghasilkan foto produk yang berkualitas, terutama pada pengusaha pemula. Beberapa masalah yang masih dihadapi oleh pengusaha dalam foto produk, yaitu: foto yang buram, foto tidak jelas/*blur*, pengambilan gambar yang monoton, belum dimanfaatkannya fitur-fitur edit foto dalam *smartphone*. Secara umum kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan *smartphone* bagi pengusaha pemula untuk membuat foto produk yang menarik sehingga dapat menarik minat pembeli.

METODE

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada bulan 28 Juni 2023. Sasaran pelatihan foto produk ini adalah mahasiswa pada mata kuliah kewirausahaan, yang mana mahasiswa ini menghasilkan produk untuk dijual sebagai implementasi materi kewirausahaan. Jumlah mahasiswa yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 30 orang. Mahasiswa membangun sebuah usaha kecil dengan menciptakan berbagai produk sesuai dengan kreativitas masing-masing. Pelatihan ini memberikan pengetahuan mengenai teknik foto menggunakan *smartphone* dan membimbing mahasiswa untuk membuat foto produk yang menarik sehingga pemasaran produk mendapat respon positif dari konsumen. Kegiatan pelatihan ini merupakan kombinasi dari pelatihan kompetensi dan kompetensi kreativitas, dimana pelatihan kompetensi bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta mengenai teknik fotografi produk. Sedangkan pelatihan kreativitas bertujuan untuk menghasilkan inovasi-inovasi baru menyangkut foto produk sehingga peserta dapat meningkatkan daya saing produknya. Metode pelatihan yang digunakan dengan metode demonstrasi, dimana tim pengabdian menunjukkan kepada peserta bagaimana cara membuat foto produk yang menarik. Kegiatan ini terdiri dari beberapa langkah-langkah pendampingan, yaitu:

1. Menjelaskan pentingnya foto produk bagi sebuah strategi pemasaran secara digital;
2. Memberikan beberapa trik teknik fotografi;
3. Pendampingan pengambilan foto produk;
4. Mengevaluasi hasil kegiatan pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini secara umum telah berlangsung dengan baik. Berdasarkan hasil tingkat pemahaman peserta mengenai teknik fotografi produk telah mengalami peningkatan rata-rata sebesar 30,83%. Sebelum pelatihan, pemahaman peserta mengenai kamare dan editing *smartphone* rata-rata sebesar 54,58%. Setelah adanya pelatihan pemahaman peserta mengalami peningkatan menjadi 85,42%.



Gambar 1. Diagram Tingkat Pemahaman Peserta.

Menjelaskan Pentingnya Foto Produk Bagi Sebuah Strategi Pemasaran Secara Digital

Pada tahap kegiatan pengabdian ini tim pengabdian memberikan materi mengenai pentingnya foto produk. Materi yang diberikan berupa presentasi mengenai kegunaan foto produk dan tips foto produk yang menarik khususnya menggunakan *smartphone* sebagai upaya peningkatan strategi pemasaran secara digital. Melalui pemberian materi tersebut sehingga mahasiswa sebagai *entrepreneur* termotivasi untuk menciptakan foto produk yang baik dan menarik. Kegiatan presentasi pemberian materi dapat dilihat pada Gambar 2 (kiri). Kegiatan berlangsung sangat baik karena mendapatkan respon dari para peserta bahkan ada beberapa peserta yang ingin bertanya terkait materi yang disampaikan. Beberapa pertanyaan yang disampaikan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menentukan tema foto produk?
2. Bagaimana jika pada saat sesi foto tidak ada cahaya matahari (mendung)?
3. Sering kali foto yang dihasilkan menjadi *blur* atau tidak jelas, bagaimana cara agar foto tidak *blur*?



Gambar 2. Suasana Pada Saat Pemberian Materi Teknik Foto Produk (kiri); Contoh Foto Produk yang Menarik (kanan).

Memberikan Trik Teknik Fotografi

Pada tahap ini tim pengabdian memberikan materi serta pelatihan langsung dalam pembuatan foto produk. Beberapa peserta telah memahami teknik foto produk yang menarik namun ada beberapa peserta yang perlu memahami materi dengan praktik langsung. Pemaparan materi tersebut diberikan oleh salah satu Anggota Tim Pengabdian sedangkan anggota tim yang lain melakukan pendampingan pada peserta. Selain pemaparan materi tersebut, diberikan juga beberapa contoh foto produk yang menarik untuk membangun kreativitas peserta dalam pembuatan foto produk.

Adapun materi-materi yang diberikan pada pelatihan teknik fotografi produk sebagai berikut: (1) Kegunaan foto produk; (2) Mengapa foto produk dipandang sangat penting bagi pemasaran secara digital; (3) Tips foto produk yang menarik. Foto produk banyak memberikan manfaat bagi pengusaha, di antaranya: Menarik perhatian pelanggan, memengaruhi keputusan pelanggan, meningkatkan nilai jual, dan *social media marketing*. Mengapa Foto Produk dipandang sangat penting bagi pemasaran secara digital, adapun inti materi yang disampaikan pada

pembahasan ini adalah foto produk yang baik dan menarik dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli sebuah produk. Selain itu foto produk juga terlihat lebih profesional sehingga pelanggan memiliki kepercayaan untuk membeli produk tersebut, serta dapat meningkatkan nilai produk. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan materi mengenai cara atau tips dalam membuat foto produk yang menarik. Beberapa tips tersebut di antaranya: a) Foto produk menggunakan kamera smartphone; b) Menggunakan *background* yang sesuai; c) Mengatur pencahayaan yang baik; d) Menambah pernak-pernik yang dibutuhkan saat foto produk dan sesuai atau berhubungan dengan produk yang difoto; e) Menghindari zoom; f) Memanfaatkan spesifikasi kamera *smartphone* yang dimiliki; g) Menggunakan *watermark* untuk menandai kepemilikan foto produk.

Pendampingan Pengambilan Foto Produk

Peserta kegiatan pengabdian mempraktikkan langsung bagaimana teknik foto yang baik sehingga dapat menghasilkan foto produk yang menarik. Para peserta sangat antusias pada sesi praktik bahkan tidak sedikit yang menghasilkan foto produk yang menarik. Peserta diberikan kebebasan untuk menentukan lokasi pengambilan foto serta konsep yang sudah direncanakan sesuai dengan produk yang mereka hasilkan.



Gambar 3. a) Proses Pengambilan Foto Produk Oleh Peserta; b) Contoh Foto Produk Peserta yang Menarik
 c) Foto Produk yang Blur; d) Produk yang Dijual Tidak Terlihat Jelas.

Mengevaluasi Hasil Kegiatan Pengabdian

Pada tahap evaluasi, tim mengevaluasi foto produk yang telah dilakukan oleh para peserta. Foto produk yang masih kurang baik diberikan masukan dan dijelaskan kembali mengenai teknik foto produk sesuai dengan kekurangan yang ditemukan. Beberapa kekurangan yang ditemukan yaitu: kurang terampilnya peserta dalam mengatur pencahayaan guna memperjelas objek yang di foto. Selain itu masalah yang ditemukan adalah foto produk belum memperlihatkan produk secara jelas, sehingga akan susah diketahui oleh konsumen mengenai produk yang dijual. Salah satu contoh foto produk yang kurang baik dapat dilihat pada Gambar 3c dan 3d. Pada gambar tersebut terdapat foto yang agak gelap sehingga terlihat kurang menarik. Foto produk selanjutnya tidak memperlihatkan bagaimana komponen yang jelas dalam produk.

Pada akhir kegiatan tim pengabdian memberikan kuesioner kepada para peserta sebagai bahan evaluasi kegiatan pelatihan secara keseluruhan. Berdasarkan hasil evaluasi, secara garis besar peserta telah memahami materi pelatihan yang diberikan karena peserta telah mengikuti rangkaian pelatihan dengan baik dan aktif. Peserta merasa telah mendapatkan manfaat dari adanya pelatihan ini sebagai upaya untuk menjalankan strategi bisnis secara digital.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pelaksanaan Hasil Pelatihan Foto Produk

No.	Pernyataan	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Sangat Tidak Setuju (%)
1	Materi yang diberikan telah menjawab permasalahan saya	76,67	23,33	0,00	0,00
2	Saya berpartisipasi aktif saat kegiatan pelatihan dan mengikuti hingga akhir kegiatan	0,00	100,00	0,00	0,00
3	Saya memahami dengan baik materi yang telah diberikan	60,00	40,00	0,00	0,00
4	Pelatihan ini memotivasi saya untuk menjalankan strategi pemasaran dengan baik sebagai upaya peningkatan pendapatan	70,00	30,00	0,00	0,00
5	Pengetahuan saya mengenai teknik foto produk dengan menggunakan <i>smartphone</i> telah mengalami peningkatan setelah mengikuti kegiatan pelatihan	73,33	26,67	0,00	0,00
6	Fasilitas yang disediakan mendukung kegiatan pelatihan	16,67	83,33	0,00	0,00
7	Kegiatan pelatihan dilakukan dengan tepat waktu	10,00	90,00	0,00	0,00
8	Saya mendapat manfaat melalui pelatihan ini	80,00	20,00	0,00	0,00

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini secara umum telah dilakukan dengan baik dan berhasil mencapai tujuan kegiatan, yaitu: Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta melalui pemanfaatan *smartphone* sebagai media teknik fotografi produk. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini yaitu: 1) Peningkatan pemahaman peserta mengenai pengetahuan kamera *smartphone* sebesar 28,83%; 2) Peningkatan pengetahuan editing melalui *smartphone* sebesar 33,33%. Selain itu, peserta telah menciptakan beberapa foto produk yang baik dan menarik. Melalui peningkatan pemahaman peserta mengenai teknik fotografi produk ini, tim pengabdian berharap peserta dapat meningkatkan kegiatan pemasaran secara digital untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang telah dibuat sehingga dapat meningkatkan pendapatan peserta.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Winda Sri., Ang Reny, Dwisason Tandiono, Calvin. 2023. Harga, Promosi, Ulasan, dan Foto Produk Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce. *Journal Of Management and Bussines*. Volume 5 Nomor 1. Januari-Juni 2023.

Gumilang, Risa Ratna. 2019. Implementasi *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Volume 10 Nomor 1.

Jasri, Nadia Arfan, Hasanuddin, Hurriah Ali Hasan. 2022. Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah economic Research*. Volume 6 Nomor 2, pp. 212-224.

Muhayyian, M.A. 2022. Pengaruh Foto Produk, Potongan Harga dan *Online Review Customer* Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Servanda, Intan Ratu., Putri Reno Kemala Sari, Nova Adhitya Ananda. 2019. Peran Ulasan Produk dan Foto Produk yang Ditampilkan Penjual pada Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Pria dan Wanita. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 2 Nomor 2.

Paujiah, Sipa., Aripin Ahmad, Mutiasari Nur Wulan. 2022. Pengaruh Foto Produk dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi GoFood. *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*. Volume 2 Nomor 2.

Wardhani, AK., Arina Nuraliza Romas. 2021. Analisis Strategi Digital Marketing di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Research in Business and Economics*. Volume 4 Nomor 1.

Yunianto, A., Nafisah Y. 2022. Penggunaan *Digital Marketing* dalam Keberlangsungan Pemberdayaan Perekonomian Pada Masa Pandemi MKM. *Jurnal Esenssi Infokom*. Volume 6 Nomor 1.