

Pelatihan Teknik Fotografi Produk Berbasis *Low-Cost Equipment* untuk Mendukung Pemasaran Digital UMKM Desa Kroya

Solichah Larasati¹, Indah Permatasari², Gusnita Linda³

¹²³Program Studi Teknik Telekomunikasi, Telkom University, Kampus Purwokerto.
solichahl@telkomuniversity.ac.id¹, indahpermata@telkomuniversity.ac.id²,
gusnital@telkomuniversity.ac.id³

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) in Kroya Village have considerable product potential; however, they still face challenges in digital marketing, particularly in terms of product photo visual quality. The main issues include limited product photography skills and the perception that producing attractive product photos requires expensive equipment. This community service program aims to enhance the capacity of MSME actors in Kroya Village to produce visually appropriate product photos through training in product photography techniques using low-cost equipment. The program employed a participatory and applicative approach, including problem identification, learning-by-doing training sessions, as well as mentoring and evaluation. The training involved 30 MSME participants and utilized simple equipment such as product photo boxes and LED lighting. The results indicate an improvement in product photo quality in terms of lighting, object sharpness, composition, and background suitability, making the photos more suitable for digital marketing purposes. This program contributes to strengthening MSME independence in managing visual marketing content.

Keywords: MSMEs, product photography, digital marketing, community service, low-cost equipment

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Kroya memiliki potensi produk yang baik, namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran digital, khususnya pada kualitas visual foto produk. Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan keterampilan fotografi produk serta anggapan bahwa pembuatan foto produk yang menarik memerlukan peralatan mahal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Desa Kroya dalam menghasilkan foto produk yang layak secara visual melalui pelatihan teknik fotografi produk berbasis low-cost equipment. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif yang meliputi identifikasi masalah, pelatihan dengan pendekatan learning by doing, serta pendampingan dan evaluasi. Pelatihan diikuti oleh 30 pelaku UMKM dengan memanfaatkan peralatan sederhana seperti box foto produk dan pencahayaan LED. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kualitas foto produk pada aspek pencahayaan, ketajaman objek, komposisi, dan kesesuaian latar belakang, sehingga lebih layak digunakan untuk pemasaran digital. Program ini mendukung peningkatan kemandirian UMKM dalam pengelolaan konten visual pemasaran.

Kata kunci: UMKM, fotografi produk, pemasaran digital, pengabdian masyarakat, *low-cost equipment*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian desa, terutama dalam mendorong aktivitas produksi lokal, penciptaan

lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Dalam ekosistem pemasaran digital, kualitas representasi visual produk berperan sebagai first impression yang memengaruhi persepsi konsumen, kredibilitas merek, dan intensi pembelian. Literatur pemasaran digital menekankan pergeseran perilaku konsumen dari pencarian informasi berbasis teks ke preferensi konten visual yang ringkas dan meyakinkan, terutama pada kanal media sosial dan marketplace (Dwiputri et al., 2025; Sumadi et al., 2023). Sejalan dengan itu, studi pada konteks e-commerce menunjukkan bahwa kualitas tampilan visual (misalnya kejelasan foto, komposisi, dan tampilan latar) berfungsi sebagai sinyal kualitas produk dan dapat meningkatkan keyakinan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, khususnya ketika konsumen tidak dapat memeriksa produk secara langsung (Harsojo et al., 2022; Langgeng Wijaya et al., 2022; Lukitasari et al., n.d.). Pada sisi teknis, penelitian dan literatur fotografi produk menjelaskan bahwa kualitas visual foto produk tidak semata ditentukan oleh kamera mahal, melainkan oleh penguasaan prinsip pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, serta konsistensi latar yang mendukung karakter produk (Evanita et al., 2025; Sakura, 2023).

Mengenai adopsi pemasaran digital pada UMKM menunjukkan bahwa hambatan utama sering kali terletak pada kapasitas SDM meliputi literasi digital, keterampilan produksi konten, dan persepsi biaya yang menyebabkan pelaku usaha belum optimal memanfaatkan kanal digital meskipun infrastrukturnya tersedia (Darma & Ade Mulya, 2022; Langgeng Wijaya et al., 2022). Berdasarkan temuan-temuan tersebut, celah yang masih muncul pada konteks UMKM desa adalah kebutuhan intervensi yang aplikatif dan realistis untuk meningkatkan keterampilan produksi konten visual, bukan sekadar sosialisasi pemasaran digital. Karena itu, program pengabdian ini diposisikan sebagai penguatan kapasitas melalui pelatihan fotografi produk berbasis *low-cost equipment* dengan pendekatan *learning by doing*, dilanjutkan pendampingan dan evaluasi hasil.

Di Desa Kroya, UMKM berkembang pada sektor produk pangan olahan, kerajinan, dan produk rumah tangga yang memiliki potensi pasar cukup luas. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan pemasaran yang memadai, khususnya pada aspek visualisasi produk. Dalam konteks pemasaran digital, kualitas foto produk menjadi faktor krusial karena berpengaruh langsung terhadap persepsi konsumen, kepercayaan pembeli, dan keputusan pembelian.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM Desa Kroya adalah keterbatasan keterampilan fotografi produk serta anggapan bahwa pembuatan foto produk yang menarik memerlukan peralatan mahal dan keahlian profesional. Akibatnya, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan foto produk seadanya dengan pencahayaan kurang baik, komposisi tidak terkontrol, dan latar belakang yang tidak mendukung nilai jual produk. Kondisi ini menyebabkan produk sulit bersaing di platform digital seperti media sosial dan marketplace, meskipun kualitas produknya sendiri tergolong baik. Di sisi lain, perkembangan teknologi kamera pada perangkat telepon pintar dan ketersediaan peralatan sederhana seperti lampu LED, mini tripod, dan properti latar berbiaya rendah sebenarnya membuka peluang bagi UMKM untuk menghasilkan foto produk yang layak secara visual tanpa investasi besar. Masalahnya bukan pada

ketiadaan alat, melainkan pada minimnya pengetahuan teknis mengenai pencahayaan, sudut pengambilan gambar, komposisi, serta konsistensi visual yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran digital. Jika kondisi ini dibiarkan, UMKM Desa Kroya akan terus bergantung pada pihak luar untuk kebutuhan pemasaran atau terjebak pada pola pemasaran tradisional dengan jangkauan terbatas. Ketergantungan tersebut berisiko menekan margin keuntungan dan menghambat kemandirian usaha. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berbasis peningkatan kapasitas yang realistis, aplikatif, dan sesuai dengan kondisi sumber daya UMKM desa.

Pelatihan fotografi produk berbasis *low-cost equipment* menjadi solusi strategis untuk menjawab permasalahan tersebut. Melalui pendekatan ini, pelaku UMKM tidak hanya dibekali keterampilan teknis fotografi produk yang praktis, tetapi juga didorong untuk memahami bahwa kualitas visual pemasaran dapat dicapai dengan alat sederhana apabila didukung oleh teknik yang tepat. Program pengabdian ini diharapkan mampu meningkatkan kemandirian UMKM Desa Kroya dalam mengelola pemasaran produknya secara mandiri, berkelanjutan, dan adaptif terhadap tuntutan pasar digital.

METODE PENELITIAN

Pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan gambaran sistematis mengenai alur pemecahan masalah yang dihadapi UMKM Desa Kroya melalui pendekatan peningkatan kapasitas pada aspek fotografi produk. Alur tersebut divisualisasikan dalam sebuah diagram alir yang menggambarkan tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat seperti pada Gambar 1. Gambar 1. menunjukkan program pengabdian dirancang melalui rangkaian solusi berupa identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan teknik fotografi produk berbasis *low-cost equipment*, serta pendampingan dan evaluasi hasil praktik.



Gambar 1. Tahapan-Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, dengan melibatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Program pengabdian dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu identifikasi masalah, pelatihan teknik fotografi produk, serta pendampingan dan evaluasi.

A. Identifikasi Masalah

Tahap identifikasi masalah dilaksanakan pada Rabu, 15 Oktober 2025 di Desa Kroya. tim pengabdian melakukan diskusi dengan perangkat Desa Kroya yang membidangi dan mewadahi kegiatan UMKM untuk memperoleh gambaran kelembagaan, pola pendampingan yang telah berjalan, serta dukungan desa terhadap pengembangan pemasaran UMKM. Keterlibatan perangkat desa pada tahap ini bertujuan untuk memastikan kesesuaian program pengabdian dengan kebutuhan dan kebijakan lokal. Fokus identifikasi diarahkan pada aspek teknis fotografi produk, meliputi pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, pemilihan latar belakang, serta pemanfaatan peralatan sederhana yang tersedia. Temuan pada tahap ini digunakan sebagai dasar penyusunan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan riil dan karakteristik produk UMKM Desa Kroya.



Gambar 2. Kunjungan Dalam Rangka Identifikasi Masalah Mitra.

B. Pelatihan Teknik Fotografi Produk

Pelatihan teknik fotografi produk dilaksanakan pada Selasa, 4 November 2025 dengan pendekatan *learning by doing* menggunakan peralatan fotografi berbiaya rendah (*low-cost equipment*). Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta pelaku UMKM Desa Kroya. Peralatan fotografi yang digunakan dalam kegiatan pelatihan disesuaikan dengan prinsip *low-cost equipment* dan ketersediaan di tingkat UMKM. Peralatan tersebut meliputi X-Box (box foto produk) sebagai media pemotretan, wallpaper foto produk yang digunakan sebagai latar belakang di dalam X-Box, perangkat pencahayaan (*lighting*) beserta kabel pendukung, roll kabel ekstensi untuk mendukung fleksibilitas penataan pencahayaan, serta properti pendukung foto dan video produk yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing produk UMKM.



Gambar 3. Pelatihan Teknik Fotografi.

Materi pelatihan mencakup prinsip dasar fotografi produk, teknik pencahayaan alami dan buatan, pengaturan sudut pengambilan gambar, komposisi sederhana, serta penataan produk yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran digital. Kegiatan pelatihan diawali dengan pemaparan konsep dasar secara singkat, dilanjutkan dengan demonstrasi, dan diakhiri dengan praktik langsung oleh peserta menggunakan produk masing-masing. Selama proses praktik, fasilitator memberikan umpan balik langsung untuk memperbaiki kesalahan teknis dan meningkatkan kualitas visual foto produk.

C. Pendampingan dan Evaluasi

Tahap pendampingan dan evaluasi dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan keterampilan fotografi produk dapat diterapkan secara mandiri oleh pelaku UMKM. Pendampingan difokuskan pada proses pengambilan foto produk secara berkelanjutan serta pemilihan hasil foto yang layak digunakan sebagai materi pemasaran. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kualitas foto produk sebelum dan sesudah pelaksanaan program berdasarkan indikator visual sederhana, seperti pencahayaan, ketajaman objek, komposisi, dan kesesuaian latar belakang. Selain itu, dilakukan evaluasi partisipatif melalui diskusi reflektif untuk memperoleh umpan balik dari mitra terkait manfaat kegiatan, kendala yang dihadapi, serta potensi keberlanjutan penerapan teknik fotografi produk dalam kegiatan pemasaran UMKM Desa Kroya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat berupa pelatihan teknik fotografi produk berbasis low-cost equipment di Desa Kroya menghasilkan peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan foto produk yang lebih layak secara visual untuk kebutuhan pemasaran digital. Hasil ini diperoleh melalui rangkaian kegiatan pelatihan, praktik langsung, serta pendampingan dan evaluasi pascapelatihan. Sebelum pelaksanaan program, sebagian besar foto produk UMKM Desa Kroya menunjukkan kualitas visual yang kurang optimal. Foto diambil dengan pencahayaan tidak merata, bayangan keras, latar belakang yang kurang bersih, serta sudut pengambilan gambar yang tidak menonjolkan karakter produk. Kondisi

tersebut mengurangi daya tarik visual produk ketika ditampilkan di media sosial maupun marketplace, meskipun kualitas produk secara fisik tergolong baik. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, terjadi perubahan yang signifikan pada kualitas foto produk peserta. Pelaku UMKM mampu menerapkan teknik pencahayaan sederhana menggunakan lampu LED, mengatur sudut pengambilan gambar yang lebih proporsional, serta memilih latar belakang yang lebih konsisten dan mendukung karakter produk. Foto produk yang dihasilkan terlihat lebih terang, fokus pada objek utama, dan memiliki komposisi yang lebih rapi dibandingkan sebelum program dilaksanakan.



Gambar 4. Tampilan Gambar Sebelum dan Sesudah Pelatihan.

Selain peningkatan kualitas visual, hasil lain yang diperoleh adalah meningkatnya pemahaman peserta terhadap prinsip dasar fotografi produk. Peserta tidak lagi memandang fotografi produk sebagai aktivitas yang membutuhkan peralatan mahal dan fotografer profesional. Sebaliknya, mereka mulai memahami bahwa dengan peralatan sederhana yang tersedia dan penerapan teknik yang tepat, foto produk yang layak jual dapat dihasilkan secara mandiri.

Gambar menunjukkan perbedaan kualitas visual foto produk UMKM Desa Kroya sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan teknik fotografi produk. Pada kondisi sebelum pelatihan, foto produk umumnya memiliki pencahayaan yang

kurang merata, bayangan yang kuat, latar belakang yang tidak konsisten, serta sudut pengambilan gambar yang kurang menonjolkan karakter produk. Setelah pelatihan, foto produk terlihat lebih terang, fokus pada objek utama, memiliki komposisi yang lebih rapi, serta latar belakang yang lebih bersih dan mendukung nilai jual produk untuk kebutuhan pemasaran digital. Adapun untuk indikator penilaian kondisi sebelum dan sesudah dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Evaluasi Kualitatif Kualitas Foto Produk UMKM Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Aspek yang Dievaluasi	Indikator Penilaian	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Sesudah Kegiatan
Pencahayaan	Pemerataan cahaya pada objek produk	Pencahayaan tidak merata, bayangan kuat, objek cenderung gelap	Pencahayaan lebih merata, objek terlihat jelas
Ketajaman Objek	Fokus dan detail produk	Fokus kurang stabil, detail produk tidak menonjol	Fokus lebih tajam, detail produk terlihat jelas
Komposisi	Penataan objek dan proporsi gambar	Komposisi tidak terkontrol, posisi produk kurang proporsional	Komposisi lebih rapi dan proporsional
Latar Belakang	Kesesuaian dan kebersihan latar	Latar belakang ramai dan mengganggu objek utama	Latar belakang lebih bersih dan mendukung produk
Sudut Pengambilan Gambar	Sudut yang menonjolkan karakter produk	Sudut pengambilan acak dan kurang menarik	Sudut pengambilan lebih variatif dan informatif
Kelayakan Pemasaran Digital	Kesiapan foto untuk media sosial/marketplace	Kurang layak digunakan sebagai konten pemasaran	Layak digunakan sebagai konten pemasaran digital

Hasil evaluasi kualitatif yang disajikan pada Tabel 1 serta perbandingan visual pada Gambar 2 menunjukkan adanya peningkatan kualitas foto produk UMKM Desa Kroya setelah pelaksanaan program pengabdian. Perbaikan terlihat pada aspek pencahayaan, komposisi, ketajaman objek, dan kesesuaian latar belakang, yang secara langsung mendukung kebutuhan pemasaran digital dan meningkatkan kelayakan visual produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan teknik fotografi produk berbasis *low-cost equipment* di Desa Kroya telah berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghasilkan foto produk yang lebih layak secara visual untuk kebutuhan pemasaran digital. Peningkatan tersebut terlihat pada aspek pencahayaan, komposisi, ketajaman objek, pemilihan latar belakang, serta sudut pengambilan gambar, yang sebelumnya menjadi kendala utama dalam visualisasi produk UMKM. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa keterbatasan kualitas foto produk UMKM Desa Kroya bukan disebabkan oleh ketiadaan peralatan, melainkan oleh minimnya pemahaman teknis mengenai prinsip dasar fotografi produk. Melalui pendekatan pelatihan yang aplikatif dan partisipatif, pelaku UMKM mampu memanfaatkan peralatan sederhana yang tersedia untuk menghasilkan konten visual yang lebih profesional dan konsisten. Program ini juga berkontribusi pada peningkatan kemandirian UMKM dalam pengelolaan pemasaran digital. Dengan kemampuan memproduksi foto produk secara mandiri, pelaku UMKM tidak lagi sepenuhnya bergantung pada pihak luar, sehingga berpotensi menekan biaya pemasaran dan meningkatkan fleksibilitas dalam penyusunan konten promosi. Secara keseluruhan, pelatihan fotografi produk berbasis peralatan berbiaya rendah terbukti menjadi solusi yang relevan dan kontekstual dalam mendukung daya saing UMKM desa di era pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Darma, S., & Ade Mulya, M. (2022). Teknik Dasar Fotografi Untuk Tingkat Pemula. *PUBLIDIMAS (Publikasi Pengabdian Masyarakat)*, 2(2), 322-329. <https://doi.org/10.22303/publidimas.2.2.2022.322-329>
- Dwiputri, I. N., Hendra Permana, Y., & Prastiwi, L. F. (2025). Driving Digital Adoption within Small Business: A Study Case of Indonesia Micro-Small-Medium Enterprises. *Jurnal Economia*, 21(2), 304-315. <https://doi.org/10.21831/economia.v21i2.67494>
- Evanita, S., Pebriyeni, E., Febrina, S., & Negeri Padang, U. (2025). Boosting Local Brand Value: Pelatihan Visual Branding dan Digital Marketing pada UMKM Ceta Bacorak. *MANARUKO: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 106-113. <https://doi.org/10.24036/manaruko.v4i1.52>
- Harsojo, J., Lazaria, E., Chesio, A., Prasetya Mulya, U., Campus, C., & Kartini, J. R. (2022). The Aspects of Online Clothing Store Photo Product which Affect Consumer Decision Making. *Indonesian Business Review*, 5(1), 1-22. www.internetworldstats.com,
- Langgeng Wijaya, A., Ayu Pemata Sari Ariawan, S., Nur Latifah, N., & dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, E. (2022). 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*, 3(3), 165-171.
- Lukitasari, E. H., Khoirul Anwar, A., Dewi, N., Susilowati, I. T., Surakarta, U. S., & Surakarta, S. N. (n.d.). Pendampingan Fotografi Produk Unggulan Desa Tlingsing

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 6 No 2 (2026) 208-216 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v6i2.11141

- Kabupaten Klaten Untuk Media Digital. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 580–587. <https://tlingsing.cawas.klaten.go.id/#peta>
- Sakura, N. (2023). *Product Photography- Lighting, Compisition, and Shooting Techniques*. Rockynook.
- Sumadi, Budiyono, Efendi, T. F., & Agustini, T. (2023). Pengabdian Masyarakat Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Digital dan Protokol Kesehatan Pada Pelaku UMKM di Desa Trucuk Klaten. *Jurnal Budimas*, 5(2), 1–6.