



Peran Foto Produk Sebagai *Branding* UMKM di Kelurahan Gebang Putih

The Role of Product Photos As Branding MSMEs in Gebang Putih

Roziana Febrianita^{1*}, Fadhiatus Zahro², Melyssa Safira Anwar³, Akmal Nugraha Ramadhan⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis : roziana.ilkom@upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 20 Juli 2023

Keywords: MSME, Branding, Product Photos

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises or MSMEs can be said to be the driving force for the national economy and employment. Its contribution to Indonesia's economic growth reached 99% of all business units. The community service team from UPN "Veteran" East Java made observations by going directly to the field, especially in the Gebang Putih area, Surabaya. Behind the success of SMEs there is a problem. Where the majority of MSMEs admit that they do not have attractive product photos. Therefore, the service team has a solution to this problem, namely holding training activities and product photo assistance as branding MSMEs in Gebang Putih Village. This activity uses various methods, the first is the observation stage, the second is the counseling stage, then the training stage and the last is the mentoring stage. That way, MSME actors will understand more about the importance of product photos as branding of their business products.*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM dapat dikatakan sebagai penggerak roda perekonomian nasional dan serapan tenaga kerja. Kontribusinya dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Adapun tim pengabdian masyarakat dari UPN “Veteran” Jawa Timur melakukan observasi dengan turun langsung ke lapangan khususnya di daerah Gebang Putih, Surabaya. Dibalik suksesnya pelaku UMKM terdapat sebuah masalah. Dimana mayoritas pelaku UMKM mengaku belum memiliki foto produk yang menarik. Maka dari itu, tim pengabdian memiliki solusi terhadap permasalahan tersebut, yaitu mengadakan kegiatan pelatihan dan pendampingan foto produk sebagai *branding* UMKM di Kelurahan Gebang Putih. Kegiatan tersebut menggunakan berbagai metode, pertama yaitu tahap observasi, kedua merupakan tahap penyuluhan, selanjutnya tahap pelatihan dan yang terakhir merupakan tahap pendampingan. Dengan begitu pelaku UMKM menjadi lebih paham mengenai pentingnya foto produk sebagai *branding* dari produk usaha mereka.

Kata Kunci: UMKM, *Branding*, Foto Produk.

PENDAHULUAN

UMKM dipandang sebagai penggerak roda perekonomian nasional dan serapan tenaga kerja. Menurut data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada tahun 2022 peran UMKM dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5% dan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja. Eksistensi UMKM tidak perlu diragukan mengingat UMKM mampu bertahan dalam krisis ekonomi dan memegang peran penting dalam pembangunan berkelanjutan (*sustainable development goals*) yang dicanangkan oleh Pemerintah Indonesia. Peran yang krusial tersebut menjadikan Pemerintah Indonesia memberikan dukungan nyata bagi UMKM dalam membangun perekonomian nasional yaitu memberikan arahan untuk pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi.

Jumlah UMKM mengalami tren kenaikan dari waktu ke waktu ditambah era digitalisasi saat ini memaksa aktivitas masyarakat bergantung pada penggunaan internet bahkan *trend* belanja *online* telah menjadi gaya hidup. Tidak heran jika terjadi pembludakan transaksi *e-commerce* karena perubahan pola perilaku belanja masyarakat (Nurlaily et al., 2021). Masyarakat dituntut hidup berdampingan dengan teknologi informasi terutama pelaku UMKM untuk memperluas pasar digital. Menghadapi perubahan tersebut UMKM harus tanggap, berinovasi, dan mengatur strategi pemasaran. Pemasaran seperti jantung sebuah usaha sehingga UMKM perlu mengatur strategi yang tepat untuk bersaing dengan kompetitor di era digitalisasi (Agustin et al., 2022). Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan angka penjualan.

Maraknya *digital marketing* tentu membutuhkan iklan produk yang memukau. Konsumen akan mempertimbangkan segala aspek dalam mengambil keputusan untuk membelanjakan uang mereka. Konsumen akan lebih tertarik terhadap produk yang memiliki aspek visual *ciamik* (Pinem & Purbawati, 2022). Di era *digital marketing*, konsumen tidak melihat dan menyentuh produk secara langsung sehingga foto produk harus memberikan gambaran yang jelas, *visual message*, dan *brand image*. Rohmah & Setyowati (2022) mengungkapkan bahwa foto produk merupakan komponen penting dalam pemasaran digital dan konvensional sehingga citra *image* sebuah produk dapat ditonjolkan. Foto produk menyiratkan komunikasi visual dan *advertising* sehingga memengaruhi keberhasilan suatu usaha. Foto produk menjadi sebuah tantangan bagi usaha yang baru merintis untuk memperkenalkan produk dan membedakan produk dengan kompetitor.

Tidak bisa dipungkiri bahwa foto produk berperan penting dalam sebuah *branding*. Barang sederhana dengan kualitas foto produk yang bagus akan memiliki nilai harga atau jual tinggi. Kualitas foto produk akan dinilai konsumen sebagai kredibilitas dan sikap profesional. Pengaruh lainnya yaitu memberikan kesan yang lebih mudah diingat oleh konsumen dan secara tidak langsung membangun *brand awareness*. Kotler, 2006 (dalam Bustalim et al., 2021) *Branding* didefinisikan sebagai kumpulan elemen seperti nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari elemen tersebut untuk mengenalkan produk dan membedakan dari produk kompetitor. Foto produk sebagai *visual branding* akan memperkuat identitas usaha, logo, komposisi desain, dan elemen lainnya.

Kelurahan Gebang Putih terletak di Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya memiliki 7 RW dengan jumlah penduduk sekitar 7.299 jiwa. Wilayah geografis Kelurahan Gebang Putih berada pada 7,2837 LS dan 112,7845 BT. Letaknya yang strategis dekat dengan sekolah, perguruan tinggi, hingga jalan raya besar sangat menguntungkan masyarakat setempat sebagai pelaku UMKM. Hasil observasi tim pengabdian UPN “Veteran” Jawa Timur, mayoritas pelaku UMKM mengaku belum memiliki foto produk yang menarik. Pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan mengenai foto produk termasuk pengambilan gambar dengan properti pendukung yang memadai hingga proses *editing*. Faktor lainnya yaitu keterbatasan dana tidak memungkinkan mereka untuk menyewa jasa fotografer profesional dalam menghasilkan *visual branding* yang dapat meyakinkan konsumen terhadap *brand* yang dijual.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka tim pengabdian melakukan pelatihan dan pendampingan foto produk sebagai *branding* UMKM di Kelurahan Gebang Putih. Properti utama yang digunakan yaitu *smartphone* dengan memanfaatkan fitur kamera dan aplikasi edit foto untuk menghasilkan *visual branding* yang menarik minat beli konsumen. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan pelaku UMKM tentang pentingnya foto produk sebagai *branding* bisnis karena produk memiliki ciri khas pada setiap foto sehingga memudahkan konsumen mengenali karakter dan identitas bisnis hanya dari melihat sebuah foto produk. Kegiatan ini diharapkan juga mampu meningkatkan potensi penjualan dan menambah nilai dari suatu produk.

METODE

Sasaran kegiatan ini yaitu pelaku UMKM di Kelurahan Gebang Putih. Tim pengabdian terdiri dari 10 mahasiswa yang memiliki tugas masing-masing seperti merancang kegiatan hingga pendampingan kepada UMKM. Metode kegiatan ini berupa pelatihan dan pendampingan. Tahapan kegiatan ini yaitu:

a. Tahap Observasi dan Persiapan

Kegiatan ini diawali dengan tahap observasi dan persiapan. Tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara di lapangan yaitu pada UMKM di Kelurahan Gebang Putih dan melakukan diskusi dengan pihak-pihak terlibat seperti perangkat Kelurahan Gebang Putih dan koordinator UMKM. Data yang telah diperoleh di lapangan kemudian dirangkum, dipilah, dan difokuskan pada hal-hal penting sehingga data memberikan gambaran yang jelas. Berdasarkan hasil observasi, pelaku UMKM kesulitan dalam menghasilkan foto produk yang menarik dan tidak mengetahui bagaimana cara memotret foto produk yang *ciamik* untuk membangun *branding* bisnis. Adapun dalam tahap persiapan, tim pengabdian menyiapkan materi dan properti yang akan digunakan serta menentukan tanggal pelaksanaan.

b. Tahap Penyuluhan

Tim pengabdian menginfokan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Gebang Putih bahwa akan diadakan pelatihan dan pendampingan foto produk. Penyuluhan bertujuan untuk menumbuhkan sikap *aware* UMKM terhadap *branding* bisnis melalui foto produk sehingga UMKM antusias mengikuti program pelatihan dan pendampingan ini.

c. Tahap Pelatihan

Pelatihan foto produk dilaksanakan tanggal 15 Mei 2023 di Pendopo Kelurahan Gebang Putih. Tim pengabdian memberikan materi terkait foto produk supaya UMKM mengetahui dan menguasai teori-teori maupun keterampilan praktik foto produk secara langsung.

d. Tahap Pendampingan

Tahap ini bertujuan untuk mendampingi dan mengontrol sejauh mana UMKM melakukan foto produk. Pendampingan dilaksanakan tanggal 17, 19, 22, dan 23 Mei 2023 secara *door to door* atau mendatangi rumah masing-masing UMKM. Pelaku UMKM menyiapkan produk yang akan di foto dan tim pengabdian menyiapkan properti untuk menghasilkan foto produk yang menarik dengan memanfaatkan *smartphone* dan *mini photobox*.

HASIL

Pendampingan fotografi produk dilaksanakan secara efektif dalam satu hari pada tanggal 15 Mei 2023 dengan melibatkan semua UMKM yang ada di Kelurahan Gebang Putih. Ada sekitar 14 UMKM yang mengikuti kegiatan tersebut. Pada kegiatan ini tim pengabdian masyarakat dari UPN “Veteran” Jawa Timur membantu pelaku UMKM untuk melatih dan juga mendampingi foto produk yang dapat memikat perhatian para konsumen dan dapat memberikan wawasan kepada UMKM yang dimana *branding* produk sangat penting untuk memperkenalkan produk UMKM mereka agar dapat dilirik oleh para konsumen juga bersaing di luar sana. Sehingga konsumen juga dapat memiliki minat besar kepada produk yang telah disuguhkan oleh pelaku UMKM. Kegiatan ini dimulai dengan penyuluhan, memberikan informasi kepada pelaku UMKM di Kelurahan Gebang Putih mengenai kegiatan pelatihan dan pendampingan foto produk yang akan dilakukan. Selanjutnya merupakan tahap pelatihan. Dalam pelatihan foto produk ini dilaksanakan tanggal 15 Mei 2023 di Pendopo Kelurahan Gebang Putih. Tim pengabdian memberikan materi terkait foto produk supaya UMKM dapat mengetahui dan menguasai teori-teori maupun keterampilan praktik foto produk secara langsung.



Gambar 1. Tim pengabdian masyarakat sedang membantu UMKM foto produk di Kelurahan Gebang Putih

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi hasil foto baik dan menarik, yaitu faktor kamera, fotografer, dan pencahayaan (Purwanto & Veranita, 2018). Kegiatan ini berupaya mengajak mitra untuk berpikir lebih kreatif dalam mempromosikan produknya. Pihak mitra mencoba tahapan memotret produk mulai dari penggunaan latar foto, ring light, dan penyusunan komponen pendukung secara bersamaan. Komposisi juga sangat penting diperhatikan dalam menempatkan produk yang akan difoto (Ratnaningtyas, 2022). Karena

foto yang baik tidak hanya butuh kemampuan teknis, tapi juga konsep visual dan estetika (Kusuma et al., 2020). Selain melakukan kegiatan yang bertempat di Kelurahan Gebang Putih, tim pengabdian juga melakukan tahap pendampingan, yaitu Tahap ini bertujuan untuk mendampingi dan mengontrol sejauh mana UMKM melakukan foto produk. Pendampingan dilaksanakan secara *door to door* atau mendatangi rumah masing-masing UMKM.



Gambar 2. Tim pengabdian sedang membantu UMKM foto produk secara *door to door*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dalam sesi ini pula, banyak ide-ide unik muncul mengenai pengambilan foto produk yang selanjutnya dapat dipraktikkan. Sebagai bahan evaluasi, pengabdian mengamati mitra dalam membuat foto produk guna peningkatan kualitas promosi. Dari hasil pelatihan ini, didapatkan hasil dengan meningkatnya kualitas foto produk yang dihasilkan oleh tim pengabdian.



Gambar 3. Hasil dari foto produk pelaku UMKM di Gebang Putih

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada gambar 3 memperlihatkan foto produk dengan pencahayaan yang cukup baik dan gambar yang lebih menarik dengan *angle*, komponen pendukung, dan penempatan yang telah sesuai. Selain peningkatan kualitas foto produk, tentunya kegiatan ini juga turut

meningkatkan kualitas sumber daya manusia, karena kegiatan ini dijadikan sebagai salah satu pendorong untuk meningkatkan kompetensi kemampuan seorang entrepreneur

DISKUSI

Setelah melaksanakan observasi, permasalahan yang terjadi bermula dimana mayoritas pelaku UMKM mengaku belum memiliki foto produk yang menarik. Dimana pelaku UMKM yang ada di wilayah Gebang Putih tidak memiliki pengetahuan mengenai foto produk termasuk pengambilan gambar dengan properti pendukung yang memadai hingga proses *editing*. Adapun faktor lainnya yaitu dimana ada sebuah keterbatasan dana yang tidak memungkinkan mereka untuk menyewa jasa fotografer profesional dalam menghasilkan *visual branding* yang dapat meyakinkan konsumen terhadap *brand* yang dijual.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan oleh tim pengabdian masyarakat tersebut maka muncul sebuah solusi bagi pelaku UMKM yaitu pelatihan dan pendampingan foto produk sebagai *branding* UMKM di Kelurahan Gebang Putih. Dengan Properti utama yang digunakan yaitu *smartphone* dengan memanfaatkan fitur kamera dan aplikasi edit foto untuk menghasilkan *visual branding* yang menarik minat beli konsumen.

Dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan foto produk sebagai *branding* UMKM, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi hasil foto baik dan menarik, yaitu faktor kamera, fotografer, dan pencahayaan (Purwanto & Veranita, 2018). Karena foto yang baik tidak hanya butuh kemampuan teknis, tapi juga konsep visual dan estetika (Kusuma et al., 2020), tetapi juga memperhatikan komponen lainnya yang mendukung hasil foto terlihat bagus dan profesional. Foto produk sendiri sangat penting sebagai *branding* dari produk yang mereka jual, karena kualitas dalam foto sebuah produk juga termasuk dalam *branding* yang dimana jika kualitas foto produk baik maka akan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. *Branding* produk berupa foto tidak hanya sebagai penanda atau pembeda dari produk lainnya, tetapi juga bisa sebagai promosi daya tarik, membangun citra penjual, dan pengendali pasar (Yuliani, 2020). Dengan pelatihan dan pendampingan foto produk sebagai *branding* UMKM di Kelurahan Gebang Putih dapat menjadi sebuah edukasi bagi pelaku UMKM dan menjadikan mereka untuk lebih *aware* mengenai *branding* produk.

KESIMPULAN

Kegiatan yang diadakan oleh tim pengabdian masyarakat dari UPN “Veteran” Jawa Timur dimana berupa kegiatan pelatihan dan juga pendampingan dalam melakukan foto produk sebagai *branding* UMKM yang ada di sekitar wilayah Kelurahan Gebang Putih.

Kegiatan ini dilakukan mulai dari tahap observasi kepada UMKM yang kemudian ditemukan sebuah permasalahan yaitu belum memiliki foto produk yang menarik. Dilanjutkan dengan tahap penyuluhan oleh tim pengabdian yaitu dengan memberikan informasi kepada pelaku UMKM di Kelurahan Gebang Putih bahwa akan diadakan pelatihan dan pendampingan foto produk. Penyuluhan bertujuan untuk menumbuhkan sikap aware UMKM terhadap branding bisnis melalui foto produk sehingga UMKM antusias mengikuti program pelatihan dan pendampingan ini. Lalu, pada tahap selanjutnya, yaitu pelatihan foto produk yang dilaksanakan pada tanggal 15 Mei 2023 di Pendopo Kelurahan Gebang Putih. Tim pengabdian memberikan materi terkait foto produk supaya UMKM mengetahui dan menguasai teori-teori maupun keterampilan praktik foto produk secara langsung. Pada tahap terakhir selanjutnya, yaitu tahap pendampingan dimana pada tahap ini tim pengabdian mendampingi dan mengontrol sejauh mana UMKM melakukan foto produk.

Foto produk sendiri sangat penting sebagai *branding* UMKM pada saat ini. Guna foto produk ini sendiri dalam sebuah *branding* tidak hanya sebagai penanda tetapi juga bisa sebagai promosi daya tarik, membangun citra penjual, dan pengendali pasar (Yuliani, 2020). Sehingga para konsumen tertarik terhadap produk yang dijual. Tim pengabdian masyarakat membantu dalam mengedukasi dan juga melakukan foto produk kepada pelaku UMKM agar produk terlihat menarik, mulai dari tata letak produk, properti pendukung, hingga pencahayaan.

Dengan adanya kegiatan pelatihan dan juga pendampingan foto produk sebagai *branding*, pelaku UMKM merasa terbantu dan mengaku senang. Karena mayoritas pelaku UMKM mengaku belum memiliki foto produk yang menarik dan pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan mengenai foto produk termasuk pengambilan gambar dengan properti pendukung yang memadai hingga proses *editing*, juga terdapat faktor lainnya yaitu keterbatasan dana tidak memungkinkan mereka untuk menyewa jasa fotografer profesional dalam menghasilkan *visual branding* yang dapat meyakinkan konsumen terhadap *brand* yang dijual.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur yang telah memberikan pendanaan terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat dan pihak Kelurahan Gebang Putih yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan serta tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih

kepada teman-teman KKN Tematik MBKM Kelompok 75 atas waktu, tenaga, dan pikiran yang telah diberikan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, Dinni, et al. "Pelatihan Membuat Foto Produk dengan Kamera Smart-Phone Bagi Usaha Mikro Kecil di Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur." *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)* 6.1 (2022): 39-44.
- Bustalim, Frans Felix Yonathan, et al. "Peranan Branding dalam Meningkatkan Ketertarikan Pembelian Produk Baso Rifa'i."
- Nurlaily, Ferina, Priandhita Sukowidyanti Asmoro, and Edlyn Khurotul Aini. "Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan." *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.3 (2021): 347-356.
- Pinem, Robetmi Jumpakita, and Dinalestari Purbawati. "Praktik Pelatihan Foto Produk Untuk Kinerja Pemasaran Produk Pada Usaha Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro." *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 8.1 (2022): 563-568.
- Setyowati, Reny, and Ainun Nimatu Rohmah. "Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC)." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi* 1.3 (2022): 75-82.
- Yuliani, Ni Komang, I. Ketut Made Permata Hadi Putra, Moch Edy Saputro, and Nuning Indah Pratiwi. 2020. "Strategi Branding Sebagai Upaya Pengembangan Produk Kreatif Bolu Bayam Subamia (Bobamia) Di Desa Subamia, Tabanan-Bali." *LOGISTA - Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(1):32-38. doi: 10.25077/logista.4.1.32-38.2020.