



Penggunaan Aplikasi Foto Produk untuk Mengoptimalkan Penggunaan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Digital Pelaku Usaha Rumahan

Abulwafa Muhammad¹, Dhio Saputra²

^{1,2}Universitas Putra Indonesia YPTK Padang; Jl. Raya Lubuk Begalung, 0751-776666/0751-71913

^{1,2}Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

e-mail: *¹abulwafa@upiypk.ac.id, *²dhio.saputra@upiypk.ac.id

Abstrak

Usaha rumahan yang tumbuh di daerah Silungkang Kota Sawahlunto Sumatera Barat sangat beragam, mulai dari usaha kuliner frozen food, songket, tas, dompet, masker, aksesoris dan lain sebagainya. Keragaman tersebut memberikan peluang pemasaran yang lebih besar jika menggunakan teknologi informasi dalam pemasaran digital, sehingga mampu menjangkau berbagai wilayah. Salah satu hal yang diperlukan untuk melakukan pemasaran digital adalah foto produk dengan kualitas terbaik. Untuk menghasilkan foto produk dengan kualitas terbaik perlu dilakukan edukasi teknik foto produk dan penggunaan aplikasi teknologi informasi dalam pengambilan foto, editing foto menggunakan smart phone. Kegiatan pengabdian masyarakat untuk pelaku usaha rumahan ini menggunakan pendekatan persuasif edukatif dengan metode ceramah, workshop dan diskusi. Kegiatan ini mampu meningkatkan keterampilan dalam pengambilan dan editing foto produk menggunakan smart phone. Foto produk yang dihasilkan akan mempermudah usaha rumahan dalam melakukan pemasaran digital baik melalui media social (facebook, instagram, wa, web dan lain sebagainya) sehingga konsumen tertarik dengan produk yang dijual.

Kata kunci— teknologi informasi, pemasaran digital, foto produk, aplikasi edit foto

Abstract

Home businesses that grow in the Silungkang area, Sawahlunto City, West Sumatra are very diverse, ranging from frozen food culinary businesses, songkets, bags, wallets, masks, accessories and so on. This diversity provides greater marketing opportunities when using information technology in digital marketing, so that it can reach various regions. One of the things needed to do digital marketing is the highest quality product photos. To produce product photos with the best quality, it is necessary to educate on product photo techniques and the use of information technology applications in taking photos, editing photos using smart phones. This community service activity for home-based business actors uses a persuasive educative approach with lecture, workshop and discussion methods. This activity is able to improve skills in taking and editing product photos using a smart phone. The resulting product photos will make it easier for home businesses to do digital marketing both through social media (facebook, instagram, wa, web and so on) so that consumers are interested in the products being sold.

Keywords— information technology, digital marketing, product photo, photo editing application



1. PENDAHULUAN

Usaha rumahan yang saat ini berkembang merupakan usaha yang dirintis oleh sebagian besar ibu rumah tangga dan para remaja yang memiliki kreatifitas dan semangat tinggi dalam berwirausaha. Usaha rumahan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh anggota keluarga atau rumah tangga yang ikut berperan dalam pertumbuhan usaha yang berskala UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang nyata untuk perkembangan ekonomi bangsa, sehingga perlu dilakukan pembinaan dan pengembangan secara baik. Banyak hal yang telah dilakukan oleh pemerintah, lembaga swadaya masyarakat dan perguruan tinggi. Keterlibatan perguruan tinggi akan sangat terasa manfaatnya dengan berbagai bentuk kemitraan, salah satunya adalah kemitraan dalam aspek pengabdian kepada masyarakat.

Untuk mengembangkan jiwa wirausaha tentu perlu dilakukan pelatihan dan pembekalan secara baik. Kendala yang sering dihadapi adalah terkait dengan manajemen terhadap pengelolaan usaha diantaranya hal pemasaran., terlebih harus mengikuti perkembangan konsep pemasaran dari konvensional ke konsep pemasaran digital (Akhiyar et al., 2019). Pemasaran digital memerlukan optimalisasi dari sektor pemasaran secara menyeluruh. Dengan adanya pemasaran digital akan memberikan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran produk (Abulwafa dkk, 2020). Pengabdian untuk melatih peserta agar: (1) dapat memahami peranan media sosial (Facebook, Instagram, dan Blog) sebagai media promosi produk olahan ikan; (2) mampu membuat konten promosi produk olah ikan, baik konten teks, konten foto maupun konten video; serta (3) mampu membuat akun dan mempromosikan konten-konten yang mereka buat, pada media-media sosial milik mereka (Hendri et al., 2019). Pemasaran digital sangat membantu pelaku usaha terlebih selama pandemi dan setelah pandemi covid 19 saat ini. Dimana kita tidak dapat bertatap muka secara langsung dalam jangka waktu yang cukup lama. Kondisi ini ikut mempengaruhi dan menjadikan pemasaran digital sangat diperlukan dan memberikan peluang besar untuk meningkatkan pemasaran produk dan jasa. Salah satu pemasaran digital yang dapat digunakan adalah instagram (Wahana, 2018), dimana instagaram

digunakan sebagai media pemasaran dalam memperkenalkan produk. Untuk menata instagram yang baik maka diperlukan foto yang bagus dan menggunakan model atau selebgram (Hendri et al., 2019).

Pemasaran digital menuntut pelaku usaha rumahan harus memiliki foto produk yang menarik. Kemampuan foto produk dapat diperoleh melalui berbagai sumber salah satunya melalui pengabdian masyarakat tim dosen. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dapat memberikan edukasi teknik foto produk ikut mempermudah proses pemasaran digital. Foto produk dan pemasaran digital yang baik ikut berperan dalam proses branding suatu usaha. Branding dapat dilakukan untuk berbagai jenis usaha dan juga destinasi wisata sejarah (Akbar et al., 2019).

Teknik foto yang harus dikuasai oleh pelaku usaha rumahan cukup menggunakan perangkat smartphone yang dimiliki. Didukung dengan mini studio box lengkap dengan aksesoris foto. Kemudian didukung dengan aplikasi yang dapat di download melalui playstore. Konsep pengabdian masyarakat seperti ini akan dapat memberikan tambahan ilmu dan keterampilan pelaku usaha. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya pada tahun 2020 terkait pemasaran digital, pemasaran digital harus didukung dengan foto produk yang menarik (Ilmu et al., 2020).

Terlebih semenjak pandemic covid 19 awal tahun 2020, dimana semua sektor usaha ikut terpengaruh. Hal ini harus menjadi perhatian khusus dan dapat juga dijadikan momentum oleh pelaku usaha rumahan untuk mengambil kesempatan untuk meningkatkan kualitas dan branding produk dengan foto produk dan memasarkan produk melalui media social. Sehingga produk yang dimiliki tetap memiliki nilai jual dan consume serta memberikan keuntungan kepada pelaku usaha.

Sehingga dengan keterkaitan yang erat antara foto produk, pemasaran digital dan branding produk dan jasa maka perlu dilakukan pengabdian masyarakat yang memberikan edukasi secara menyeluruh. Sehingga masyarakat pelaku usaha memiliki keterampilan dan skill yang menunjang usaha mereka.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk pelaku usaha rumahan di Silungkang, Kota Sawahlunto menggunakan pendekatan persuasif edukatif dengan metode ceramah, workshop dan diskusi, melalui tahapan sebagai berikut:

Kegiatan survei lokasi pada bulan Februari 2021.

Tim Pengabdian masyarakat melakukan survey lokasi dan mitra pengabdian masyarakat. Melihat permasalahan dan kondisi usaha mitra..

Melakukan persiapan kegiatan pengabdian masyarakat.

Setelah dilakukan survey lokasi PkM makka dilanjutkan dengan persiapan materi dan peralatan yang akan digunakan selama kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan. Menyusun modul pelatihan dan menyusun modul workshop foto produk.

Melakukan koordinasi dengan mitra pengabdian masyarakat.

Komunikasi dengan koordinator pelaku usaha rumahan (mitra) tentang permasalahan yang ada. Tim juga melakukan koordinasi jenis workshop apa saja yang perlu diberikan kepada mitra yang telah dipersiapkan.

Kegiatan pengabdian masyarakat

Pada hari pelaksanaan ppengabdian masyarakat dibuka oleh ketua tim pengabdian masyarakat dengan pemaparan tujuan dna tahapan pengabdian masyarakat dna rentang waktu pengabdian masyarakat. Termasuk kegiatan pendampingan selama jangka waktu pelaksanaan pengabdian masyarakat.

Memberikan materi dengan metode ceramah, workshop dan diskusi.

Dilakukan proses transfer informasi dan pengetahuan terkait materi pengabdian masyarakat. Rim pengabdian masyarakat melakukan presentasi dan pemaparan terkait foto produk yang akna menunjang pemasaran digital.

Melakukan edukasi teknik foto produk dengan memanfaatkan box studio mini.

Pada tahapan ini tim pengabdian masyarakat melakukan edukasi bagaimana cara menggunakan studio foto mini box untuk melakukan foto produk.

Melakukan edukasi editing foto mengguakan aplikasi di smart phone.

Setelah dilakukan edukasi foto produk langkah selanjutnya adalah tim pengabdian masyarakat memberikan edukasi edit foto menggunakan aplikasi di smart phone.

Evaluasi program pengabdian masyarakat.

Kegiatan ini dilakukan sebagai tahapan untuk mengetahui sejauh mana permasalahan yang dimiliki oleh mitra sudah dapat teratasi dengna baik. Dan sudah sejauh mana kemampuan pelaku usaha dalam teknik foto produk dan dit foto produk. Dalam proses pendampingan program pengabdian masyarakat, dibuat grup wa untuk mempermudah komunikasi tim dan mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat dengan penggunaan aplikasi foto untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran digital produk usaha rumahan telah dilaksanakan sesuai dengan jadwal, metode dan rencana pelaksanaan. Pengabdian masyarakat ini pelaku usaha rumahan juga dibekali dengan peralatan pendukung untuk foto produk, berupa mini studio box lengkap. Dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada gambar 1, pada gambar 1 ini dapat dilihat foto bersama tim pengabdian masyarakat dengan peserta kegaitan pengabdian masyarakat, yaitu pelaku usaha rumahan yang ada di silungkang kota Sawahlunto.



Gambar 1. Foto Bersama Peserta dan Tim PkM

Pada gambar 2 dapat dilihat peserta pengabdian masyarakat sangata antusias untuk mempraktekan teknik foto produk dengan menggunakan smartphone dilengkapi dengan alat bantu mini studio box lengkap dengan aksesoris foto produknya.



Gambar 2. Praktek Foto Produk

Pada gambar 3 dapat dilihat salah satu hasil karya peserta pengabdian masyarakat dimana produk yang difoto adalah songket Silungkang.



Gambar 3. Hasil Praktek Foto Produk Songket

Pelaku usaha rumahan memanfaatkan kain perca songket untuk dijadikan masker yang sangat *fashionable*, yang dapat diserasikan dengan warna baju yang dipakai. Ide dari membuat masker songket ini hadir pada masa pandemic covid 19, melihat kebutuhan masyarakat yang harus melindungi diri dari sebaran virus dan tetap kelihatan modis. Foto produk masker songket dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Hasil Praktek Foto Produk Masker



Gambar 5. Hasil Praktek Foto Produk Kuliner



Gambar 6. Aksesoris Foto Produk

Pelaku usaha rumahan yang menjadi mitra pengabdian masyarakat juga memiliki usaha kuliner, tepatnya kuliner frozen. Pada gambar 5 dapat dilihat produk kuliner. Gambar tersebut merupakan hasil belajar pelaku usaha dengan menggunakan teknik foto yang telah disampaikan oleh tim pengabdian masyarakat.

Untuk menambah estetika foto, tim pengabdian masyarakat juga menyerahkan beberapa peralatan yang dapat digunakan untuk menjadi aksesoris dan perlengkapan foto produk sehingga foto yang dihasilkan memiliki nilai estetika yang baik.

4. SIMPULAN

Pengabdian masyarakat telah dilakukan, dengan judul “Penggunaan Aplikasi Foto Produk untuk Mengoptimalkan Penggunaan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Digital Pelaku Usaha Rumahan” ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Dengan pemaparan konsep pemasaran digital memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha berbagai jenis media yang dapat digunakan dalam pemasaran digital.
2. Dengan edukasi pemasaran digital mampu meningkatkan motivasi pelaku usaha rumahan dalam menjalankan usahanya.
3. Dengan pelatihan dan workshop foto produk memberikan penambahan skill untuk

menghasilkan foto yang baik untuk dipromosikan dalam pemasaran digital.

Kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi mengenai optimalisasi penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran. Selain itu, kegiatan pengabdian diharapkan mampu meningkatkan keterampilan peserta dalam foto produk, editing foto dengan berbagai aplikasi yang tersedia di smartphone. Dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, peserta berharap kegiatan ini dilaksanakan kembali dengan materi yang berkaitan dengan yang telah diberikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Universitas Putra Indonesia YPTK Padang yang telah mendanai kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dalam skim Unggulan perguruan tinggi Tahun 2021.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, M. R., Iskandar, R., & Muhammad, A. (2019). *MEMBANGUN BRANDING LOGO WISATA SEJARAH SUMATERA BARAT Destinasi wisata merupakan daya tarik bagi kedatangan wisatawan , baik dari dalam maupun luar negeri . Destinasi wisata dapat membantu ekonomi dan kehidupan masyarakat disekitaran destinasi wisata . Pr.* 26, 80–91.
- Akhiyar, D., Sari, V. N., & Muhammad, A. (2019). Analysis and Development of Marketing for the Creative Industry of West Sumatra Based on E-Commerce with the Concept of Customer Relationship Management (Crm) (Analisa Dan Pengembangan Pemasaran Industri Kreatif Sumatera Barat Berbasis E-Commerce Dengan K. *Jurnal KomtekInfo*, 6(2), 144–154. <https://doi.org/10.35134/komtekinfo.v6i2.53>
- Hendri, R., Yulinda, E., & Arief, H. (2019). Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Ikan Di Desa Hangtuh Kabupaten



- Kampar Provinsi Riau. *Journal of Rural and Urban* ..., 1(1), 51–60.
<https://jruce.ejournal.unri.ac.id/index.php/jruce/article/view/12>
- Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2020). *FOUNDER GLSK MELALUI VIDEO DAN FOTO DI*.
- Muhammad, Abulwafa, Saputra, D. (2020). *DEVELOPMENT OF E-FASHION DIGITAL MARKETING APPLICATION FOR THE CREATIVE FASHION INDUSTRY WEST*. 3, 260–265.
- Wahana, A. (2018). Penerapan Media Sosial Berbasis Foto Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Berbasis Daring. *Jurnal TRANSFORMASI (Informasi & Pengembangan Iptek)*, 14(2), 159–166.
ejournal.stmikbinapatria.ac.id/index.php/JT/issue/