



Photo Editing Training for PKK Group in Rambung Barat Village Using Free Smartphone Applications as an Effort to Promote Attractive Products

Fuzy Yustika Manik^{1*}, Dewi Sartika Br Ginting¹, Tetty Yuliaty², Iftitah Maghfirah Kesuma Putri¹, M.Ardhi Fadhillah¹, Erlangga Sembiring¹, Wahyu Hidayat Siregar¹, M.Iqbal Aldeena¹, Ibnu Julianda Kamil¹

¹[Department of Computer Science, Faculty of Computer Science and Information Technology, Universitas Sumatera Utara]

²[Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Sumatera Utara]

Abstract. Since the outbreak of COVID-19, the business income of women members of the PKK group in Rambung Barat Village has decreased because the purchasing power of the surrounding community has decreased. Marketing of business products is only done locally. These problems require a strategy so that products can be marketed widely by utilizing digital marketing. The women members of the PKK group already have solutive and innovative products but if the product photos presented are less attractive then consumers will not be interested. In online marketing, consumers only see photos of the products offered. Creating attractive product photos and being able to convey the message of the product is expensive if it has to be done by a professional. This activity aims to increase knowledge and expertise in taking product photos that are carried out independently. So that it can compete and attract potential consumers to make purchases. The method used is by conducting training and mentoring. Participants filled out the pretest and post test to see the extent of the knowledge gained. The results of the activity show that this activity has a positive impact. There is increasing knowledge about using smartphone applications to make good and attractive product photos. PKK members have been able to make product photos that can be used in digital marketing. So that later the product is increasingly known to the wider community and the existing products are increasingly sold in the market.

Keyword: Application, Editing, Product Photo, Promotion

Abstrak. Sejak munculnya COVID-19, pendapatan usaha para anggota PKK di Kelurahan Rambung Barat mengalami penurunan karena daya beli masyarakat sekitar menurun. Pemasaran produk usaha hanya dilakukan secara lokal. Masalah-masalah ini memerlukan strategi agar produk dapat dipasarkan secara luas dengan memanfaatkan pemasaran digital. Para anggota PKK telah memiliki produk-produk yang solutif dan inovatif, tetapi jika foto produk yang disajikan kurang menarik, maka konsumen tidak akan tertarik. Dalam pemasaran online, konsumen hanya melihat foto-foto produk yang ditawarkan. Membuat foto produk yang menarik dan mampu menyampaikan pesan produk adalah hal yang mahal jika harus dilakukan oleh seorang profesional. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan

*Corresponding author at: Department of Computer Science, Faculty of Computer Science and Information Technology, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

E-mail address: fuzy.yustika@usu.ac.id

pengetahuan dan keahlian dalam mengambil foto produk yang dilakukan secara independen. Sehingga dapat bersaing dan menarik konsumen potensial untuk melakukan pembelian. Metode yang digunakan adalah dengan melakukan pelatihan dan pembinaan. Peserta mengisi pretes dan postes untuk melihat sejauh mana pengetahuan yang diperoleh. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa kegiatan ini memiliki dampak positif. Ada peningkatan pengetahuan tentang penggunaan aplikasi smartphone untuk membuat foto produk yang baik dan menarik. Anggota PKK telah mampu membuat foto produk yang dapat digunakan dalam pemasaran digital. Sehingga nantinya produk semakin dikenal oleh masyarakat luas dan produk yang ada semakin laku di pasaran.

Kata Kunci: Aplikasi, Pengeditan, Foto Produk, Promosi

Received 08 August 2023 | Revised 11 August 2023 | Accepted 28 September 2023

1 Pendahuluan

Kelompok PKK dikelurahan rambut barat memiliki program kerja untuk dapat membuat keluarga yang sejahtera dengan meningkatkan kualitas hidup keluarga. Melalui kelompok PKK ini, ibu-ibu diajak untuk bisa meningkatkan perekonomian keluarga dengan menghasilkan dan mengolah produk yang bernilai jual. Sebahagian besar ibu-ibu anggota PKK telah memiliki usaha kecil yang mampu membantu perekonomian keluarga. Tetapi semenjak mewabahnya covid-19 pendapatan usaha ibu-ibu anggota kelompok PKK di Kelurahan Rambung Barat mengalami penurunan karena daya beli masyarakat sekitar menurun. Pemasaran produk usaha dari ibu-ibu anggota kelompok PKK hanya dilakukan secara lokal.

Permasalahan tersebut memerlukan sebuah strategi agar produk bisa dipasarkan secara luas dengan memanfaatkan pemasaran secara digital. Pemasaran yang dilakukan secara digital, tidak memerlukan adanya tatap muka dan kontak fisik antara penjual dan pembeli. Hal ini sangat sesuai dengan ajuran pemerintah untuk tetap di rumah dan tetap menjaga physical distancing. Ibu-ibu anggota kelompok PKK telah memiliki produk yang solutif dan inovatif. Akan tetapi jika foto produk yang disajikan kurang menarik maka konsumen tidak akan tertarik. Pada pemasaran online, konsumen hanya melihat foto dari produk yang ditawarkan. Membuat foto produk yang menarik dan mampu menyampaikan pesan dari produk membutuhkan biaya yang mahal jika harus dilakukan oleh profesional. Walaupun masih banyak masyarakat dan anggota kelompok PKK yang belum mengenal betul tentang internet dan teknologi. Akan tetapi karena saat ini, setiap individu harus bersiap menghadapi pergeseran kebudayaan dimana setiap pemenuhan kebutuhan harus beriringan dengan perkembangan teknologi. Maka akan penting bagi kelompok PKK untuk menambah pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi dalam mengembangkan usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian pengambilan foto produk yang dilakukan secara mandiri. Sehingga dapat bersaing dan menarik calon konsumen untuk melakukan pembelian.

Lestari dan Saifuddin melakukan penelitian tentang strategi promosi pada masa pandemi hasilnya adalah adanya hubungan promosi melalui digital marketing dengan keputusan pembelian pada saat pandemi covid'19 [1]. Sidi dan Yogatama yang menunjukkan bahwa ada dampak yang sangat

besar atas penggunaan digital marketing terhadap peningkatan kinerja marketing [2]. Anjaningrum menunjukkan bahwa baik digital marketing maupun networks memberikan dampak positif yang cukup kuat terhadap kinerja pemasaran [3]. Fuadillah dkk telah melakukan pelatihan food photography yang memberikan peningkatan kapasitas dalam promosi dan pemasaran sehingga UMK menjadi lebih profesional dan mandiri [4]. Nurlaily dkk telah melakukan pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone. Hasil dari pelatihan mampu meningkatkan keahlian atau keterampilan usaha rintisan dalam membuat photo produk yang menarik minat konsumen [5]. Pelatihan teknik foto produk sederhana agar UMKM mampu menghasilkan tampilan visual foto produk yang dapat menarik konsumen untuk sehingga penilaian kualitas produk diharapkan akan meningkat telah banyak dilakukan [6][7].

Smartphone dapat digunakan untuk menghasilkan foto produk. Smartphone sudah dilengkapi dengan kamera dan banyak aplikasi edit foto yang dapat menjadi solusi bagi ibu-ibu anggota PKK dikelurahan rambung barat. Minimnya pengetahuan ibu-ibu anggota PKK dalam menggunakan smartphone untuk membuat foto produk menjadi lebih menarik, maka perlu dilakukan pelatihan untuk mengedit foto produk dengan aplikasi gratis yang ada di smartphone. Pelatihan ini khusus untuk mengedit foto produk yang telah di miliki ibu-ibu anggota PKK menggunakan aplikasi gratis yang ada di smartphone bukan pelatihan teknik dalam mengambil foto.

2 Metode Pelaksanaan

Berdasarkan dari permasalahan dan tujuan dari kegiatan ini, maka metode pelaksanaan yang dilakukan adalah dengan pelatihan dan pendampingan. Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan maka kegiatan dilakukan menjadi beberapa tahap seperti yang terlihat pada Gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

1. Persiapan

Persiapan dilakukan agar tahapan pelaksanaan dapat berjalan lancar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Adapun tahapan persiapan adalah:

a. Survey dan Observasi

Survey pertama dilakukan kepada lurah dan pengurus kelompok PKK. Survey dilakukan untuk mengetahui lebih rinci masalah yang dihadapi oleh mitra. Kemudian observasi juga dilakukan secara langsung kepada ibu-ibu anggota PKK yang nanti akan menjadi peserta pelatihan.



Gambar 2. Survey dan Observasi yang dilakukan kepada mitra

b. Identifikasi Masalah

Berdasarkan survey dan observasi yang telah dilakukan diketahui bahwa salah satu masalah dari mitra adalah mitra masih memasarkan produk usaha masih lokal. Pembeli hanya berasal dari masyarakat sekitar yang semenjak pandemic daya beli turun drastis. Untuk memasarkan secara digital, maka ibu-ibu anggota PKK memerlukan foto produk yang menarik untuk dapat menjadi media promosi. Akan tetapi pengetahuan ibu-ibu anggota PKK dalam menghasilkan foto produk sangat minim, sehingga diperlukan pelatihan menggunakan aplikasi smartphone untuk menghasilkan foto produk yang menarik.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi 2 kegiatan utama yaitu pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dilakukan dengan penyampain atau pemaparan materi oleh langkah-langkah dalam pemanfaatan aplikasi editing foto dismartphone. Ada beberapa aplikasi gratis dan mudah digunakan oleh peserta yang akan disampaikan pada saat pelatihan. Kegiatan kedua yang akan dilakukan adalah pendampingan. Pendampingan dilakukan agar para peserta dengan mudah untuk melakukan diskusi dan praktek langsung penggunaan aplikasi editing foto yang telah dijelaskan pada saat pelatihan.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk melihat sejauh mana keberhasilan kegiatan dan sejauh mana manfaat kegiatan yang diperoleh peserta. Evaluasi dilakukan dengan memberikan pretest dan posttest kepada peserta. Kemudian memberikan kuisioner untuk melihat keberhasilan kegiatan keseluruhan. Evaluasi juga dilakukan dengan melihat keberhasilan peserta dalam mengedit foto produk.

3 Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memindahkan (transfer) ilmu dan kreatifitas dalam menghasilkan Foto produk-produk kepada ibu-ibu anggota PKK yang telah memiliki usaha agar lebih baik dan menarik sehingga dapat digunakan pada pemasaran secara digital. Kegiatan pengabdian dilakukan menjadi 2 kegiatan pelaksanaan dan kegiatan Evaluasi yaitu:

1. Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan di Gedung aula Kelurahan rambung barat dengan peserta adalah ibu-ibu anggota PKK sebanyak 15 peserta. Pelatihan dilaksanakan dengan tetap mengikuti protokol kesehatan. Pemateri memberikan materi berupa penjelasan beserta langkah-langkah menggunakan aplikasi editing foto gratis di smartphone. Setelah pemateri memaparkan materi, kemudian dilakukan sesi tanya jawab dan diskusi. Peserta sangat antusias untuk bertanya dan melakukan diskusi.



Gambar 3. Pamaparan Materi oleh Narasumber

2. Pendampingan

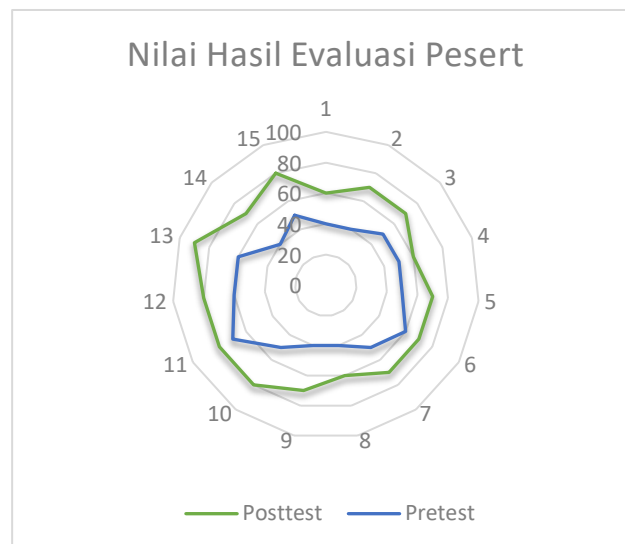
Setelah pemaparan materi dan sesi diskusi selesai, kegiatan selanjutnya adalah pendampingan. Peserta diminta untuk praktek langsung cara mengedit foto produk. Antusias peserta juga terlihat pada saat pendampingan. Seluruh peserta mempraktekan secara langsung seperti yang terlihat pada Gambar 4 di bawah ini. Sebelum dilaksanakannya kegiatan peserta diminta untuk menyiapkan satu foto produk dari usaha. Peserta terus didampingi sampai peserta mampu menghasilkan foto produk yang baik.



Gambar 4. Para Narasumber Melakukan Pendampingan

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan memberikan posttest di akhir acara, setelah sebelumnya sebelum acara peserta juga diminta untuk mengisi pretest. Hasil pretest dan posttest peserta dapat dilihat pada Gambar 5 di bawah ini:



Gambar 5. Grafik hasil nilai pretest dan posttest peserta

Berdasarkan gambar diketahui bahwa rata-rata nilai peserta pada saat pretest adalah 50 point dan saat posttest rata-rata nilai peserta adalah 72 point. Hasil dari posttest menunjukkan bahwa ada peningkatan pemahaman dari peserta. Selain evaluasi yang dilakukan untuk melihat adakah peningkatan pemahaman para peserta. Evaluasi juga dilakukan untuk melihat sejauhmana keberhasilan kegiatan dengan menyebarkan kuisioner kepada para peserta. Hasil dari kuisioner sangat baik, peserta sangat antusias untuk mengikuti kegiatan dengan tema berbeda.



Gambar 6. Contoh Hasil Kreasi Foto Produk Peserta

Gambar 6 adalah beberapa contoh hasil editing foto produk yang dilakukan oleh ibu-ibu anggota PKK. Terlihat cukup ada perubahan antara foto awal dan foto setelah di edit. Dengan menambahkan tulisan, background, beberapa shape dan pictures, foto produk setelah di edit menjadi lebih baik dan jauh lebih menarik.

4 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif. Dari dua pelaksanaan kegiatan (pelatihan dan pendampingan) diketahui bahwa kegiatan pelatihan mampu memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada ibu-ibu anggota PKK sebagai peserta dalam mengedit foto produk dari usaha. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya rata-rata pengetahuan ibu-ibu anggota PKK saat posttest menjadi 72 point. Pendampingan dilakukan untuk memberikan kemudahan untuk berdiskusi saat peserta mempraktekkan langsung cara mengedit foto dengan menggunakan aplikasi gratis di smartphone. Dari hasil foto-foto produk yang telah dihasilkan oleh peserta terlihat bahwa peserta mampu menggunakan aplikasi tersebut. Ibu-ibu anggota PKK telah mampu membuat foto produk yang lebih baik dan menarik. Foto-foto

produk tersebut dapat digunakan dalam pemasaran secara digital. Sehingga nantinya produk semakin dikenal masyarakat luas dan produk yang ada semakin laku di pasaran.

5 Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Sumatera Utara yang telah memberikan dana hibah pengabdian skema mono tahun dosen muda. Terima kasih juga diucapkan kepada mitra Kelurahan Rambung Barat atas partisipasi para peserta (Ibu-ibu anggota PKK) sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Lestari P and Saifuddin M. Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (Manova)*. 3(2). 2020.
- [2] Sidi, A.P and Yogatama, A.N. Mediasi Intellectual Capital atas Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Iqtishoduna*. Vol. 15 (2): pp. 129-152. 2019
- [3] Anjaningrum D.A. Efektivitas Digital Marketing Dan Networks Dalam Mendongkrak Kinerja Pemasaran Ukm Di Masa Pandemi Covid-19. *Senabisma: Prosiding Seminar Nasional Bisnis Dan Manajemen*. 5(1). 2020
- [4] Fuadillah S, Amalia A.A, Wildana K. Pelatihan food photography bagi kelompok UKM kuliner Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 4(2):151-158. 2020
- [5] NurNurlaily F, Asmoro P.S, Aini E.K. Pelatihan Teknik Foto Produk Menggunakan Smartphone Untuk Meningkatkan Visual Branding Usaha Rintisan. *J-Abdi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(3):347-456. 2021
- [6] Sidhartani S, Pratama D, Raden A.Z.M, Qeis M.I. Pelatihan Foto Produk UMKM Wayang Golek Sebagai Upaya Promosi Pasca Pandemi Covid-19. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan IPTEKS*. 18(2):180-189. 2020
- [7] Purwanto Y.S. Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*. 2(2): 205-211. 2018