Era Abdimas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin
Vol. 4, No. 1, Maret 2026
e-ISSN: xxxx-xxxx, p-ISSN: xxxx-xxxx, Hlm. 11-18

Pelatihan Fotografi Produk untuk Meningkatkan Kualitas Visual dan Daya Tarik Pemasaran Produk UMKM di Desa Peguyangan Kabupaten Pemalang

Product Photography Training to Improve Visual Quality and Marketing Appeal of MSME Products in Peguyangan Village, Pemalang Regency

Putri Bella Ariyandini[1*], Abdul Bashar[2], Slamet Bambang Riono[3], Slamet Riyanto[4], Akbar NPD Wahana[5]
[1,3]Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia
[2]Prodi Teknologi Pangan, Fakultas Sainstek, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia
[3,5]Prodi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia
E-mail: [1*]putribella4884@gmail.com, [2]bashar.abdul98@gmail.com, [3]sbriono@gmail.com, [4]slametriyantoumus@gmail.com, [5]akbarnuurpurnama@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:
Received: March, 12, 2026
Revised: March, 19, 2026
Accepted: March, 20, 2026

Keywords:
Product Photography; MSMEs; Visual Quality; Digital Marketing; Training

ABSTRACT

Product photography is an important component of marketing activities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly in the context of digital marketing through social media and online platforms. High-quality product images can provide clear visual information, attract potential consumers, and strengthen the professional image of MSME products. This community service activity aimed to improve the knowledge and practical skills of MSME actors in producing attractive and promotional product photographs using simple and accessible equipment, particularly smartphones. The activity was conducted at the Peguyangan Village Hall, Bantarbolang District, Pemalang Regency, Central Java, and involved approximately 50 participants. The training employed a participatory approach consisting of material presentation, demonstrations, hands-on practice, mentoring, and evaluation of participants' photographic results. The materials covered basic product photography techniques, lighting, composition, background selection, camera angles, product arrangement, and simple photo editing. The results indicated that participants gained practical experience and improved understanding of how to arrange products, utilize lighting, determine appropriate camera angles, and select suitable backgrounds to produce more attractive product images. The training demonstrated that smartphones and simple supporting equipment can be effectively utilized to produce product photographs suitable for digital promotional activities. Product photography training can therefore serve as a practical empowerment strategy for improving the visual communication skills of MSME actors and supporting the development of digital marketing activities.

Corresponding Author:
Putri Bella Ariyandini
E-mail: putribella4884@gmail.com

CC BY SA

Abstrak

Fotografi produk merupakan salah satu komponen penting dalam mendukung pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama ketika produk dipasarkan melalui media sosial dan platform digital. Kualitas visual yang baik dapat membantu menampilkan karakteristik produk secara lebih jelas sekaligus membangun kesan profesional bagi calon konsumen. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menghasilkan foto produk yang menarik menggunakan peralatan sederhana, khususnya telepon pintar. Kegiatan dilaksanakan di Balai Desa Peguyangan, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang, dengan peserta sekitar 50 orang melalui metode penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi hasil foto. Materi meliputi dasar fotografi produk, pencahayaan, komposisi, pemilihan latar belakang, sudut pengambilan gambar, penataan objek, serta penyuntingan foto sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pengalaman praktis dalam mengatur pencahayaan, komposisi, posisi produk, dan latar belakang sehingga mampu menghasilkan foto yang lebih layak digunakan sebagai materi promosi. Pelatihan fotografi produk dapat menjadi salah satu strategi pemberdayaan UMKM untuk memperkuat kualitas komunikasi visual dan mendukung pemasaran produk melalui media digital.

Kata kunci: fotografi produk; UMKM; kualitas visual; pemasaran digital; pelatihan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran produk UMKM dari pemasaran konvensional menuju pemasaran yang semakin memanfaatkan media digital. Media sosial memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dalam cakupan wilayah yang lebih luas. Pemanfaatan media digital juga memungkinkan pelaku UMKM berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan membangun hubungan pemasaran secara lebih fleksibel. Pemasaran digital menuntut pelaku UMKM memiliki kemampuan menyajikan informasi produk secara menarik dan mudah dipahami. Salah satu bentuk informasi yang sangat penting adalah konten visual berupa foto produk. Foto produk dapat digunakan sebagai bagian dari strategi promosi melalui media sosial karena membantu calon konsumen memperoleh gambaran mengenai produk yang ditawarkan [1].

Foto produk berfungsi sebagai representasi visual yang memperlihatkan bentuk, warna, tekstur, ukuran, dan karakteristik produk. Tampilan visual yang baik dapat membantu membangun persepsi positif terhadap produk sebelum konsumen melakukan pembelian. Kebutuhan terhadap foto produk yang menarik semakin penting karena konsumen digital sering kali berinteraksi dengan produk pertama kali melalui tampilan visual pada media sosial atau platform perdagangan elektronik.

Permasalahan yang sering dihadapi pelaku UMKM adalah keterbatasan kemampuan menghasilkan foto produk yang menarik. Keterbatasan tersebut dapat berupa kurangnya pengetahuan mengenai pencahayaan, komposisi, pemilihan latar belakang, sudut pengambilan gambar, dan proses penyuntingan. Keterbatasan kemampuan fotografi, peralatan, dan pengetahuan mengenai teknik pengambilan gambar menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM [2].

Keterbatasan peralatan tidak seharusnya menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM untuk menghasilkan foto produk. Telepon pintar yang telah dimiliki sebagian besar masyarakat dapat digunakan untuk menghasilkan foto produk apabila didukung teknik pengambilan gambar yang tepat. Pelatihan fotografi dan penyuntingan foto menggunakan kamera telepon pintar dapat meningkatkan kualitas visual produk UMKM serta mendukung daya tarik produk dan merek [3].

Penggunaan telepon pintar juga memungkinkan pelaku UMKM melakukan proses produksi konten secara mandiri. Peserta tidak harus memiliki kamera profesional atau studio fotografi untuk menghasilkan materi promosi yang layak. Pelatihan yang menggunakan peralatan sederhana dapat membantu peserta memahami bahwa kualitas foto lebih banyak ditentukan oleh pengaturan cahaya, komposisi, sudut pengambilan, dan penataan objek daripada semata-mata harga peralatan.

Aspek pencahayaan merupakan salah satu komponen utama dalam fotografi produk. Pencahayaan yang tepat dapat memperjelas bentuk, warna, tekstur, dan detail produk, sedangkan pencahayaan yang terlalu gelap atau terlalu kuat dapat mengurangi kualitas visual. Pelatihan fotografi produk yang dilaksanakan bagi UMKM juga umumnya menempatkan pencahayaan sebagai materi utama karena peserta perlu memahami cara memanfaatkan sumber cahaya yang tersedia secara optimal.

Komposisi dan pemilihan latar belakang juga berpengaruh terhadap kualitas foto. Produk sebagai objek utama perlu ditempatkan secara proporsional agar perhatian konsumen tidak teralihkan oleh elemen yang tidak diperlukan. Pelatihan foto produk bagi UMKM mencakup pemahaman mengenai komposisi, pencahayaan, dan pengambilan gambar dari berbagai sudut menggunakan kamera telepon pintar [4].

Selain aspek teknis, fotografi produk berkaitan erat dengan strategi branding dan komunikasi pemasaran. Foto yang memiliki karakter visual konsisten dapat membantu membangun identitas produk dan memberikan kesan lebih profesional. Kegiatan pelatihan fotografi berbasis kamera telepon pintar juga menunjukkan bahwa kemampuan pengaturan pencahayaan dan komposisi dapat mendukung branding visual serta pemasaran digital UMKM.

Daya tarik visual menjadi semakin penting karena konsumen menerima informasi produk secara cepat melalui berbagai platform digital. Tampilan produk yang menarik dapat membantu menciptakan perhatian awal dan mendorong konsumen untuk melihat informasi produk secara lebih lanjut. Oleh sebab itu, kemampuan menghasilkan foto produk merupakan salah satu kompetensi yang relevan untuk dikembangkan pada pelaku UMKM di era digital.

Kegiatan pelatihan fotografi produk juga telah banyak diterapkan sebagai bentuk pemberdayaan UMKM. Workshop foto produk memberikan respons positif dari peserta, bahkan 90,57% peserta

menilai kegiatan tersebut sangat baik dan mengharapkan program lanjutan [1]. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan fotografi memiliki relevansi praktis bagi pengembangan kemampuan pemasaran UMKM.

Pelatihan fotografi produk juga telah diterapkan pada kelompok UMKM dengan jumlah peserta yang relatif besar. Program pelatihan di Pasar Senggol Wisata Meranti, misalnya, melibatkan 50 pelaku UMKM dan memberikan materi mengenai teknik dasar fotografi, pencahayaan, latar belakang, serta sudut pengambilan gambar. Kondisi tersebut memiliki relevansi dengan kegiatan di Desa Peguyangan yang juga melibatkan sekitar 50 peserta.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan tersebut, pelatihan fotografi produk dilaksanakan bagi pelaku UMKM di Desa Peguyangan, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang. Kegiatan diarahkan pada penguasaan teknik dasar fotografi menggunakan peralatan yang mudah diperoleh dan dapat digunakan secara mandiri. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menghasilkan foto produk yang memiliki kualitas visual lebih baik dan dapat digunakan untuk mendukung promosi melalui media digital.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Lokasi dan Peserta

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Balai Desa Peguyangan, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. Lokasi kegiatan berada di Jalan Desa Peguyangan, RT 003/RW 001, Desa Peguyangan, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah, Kode Pos 52352. Peserta kegiatan berjumlah sekitar 50 orang yang terdiri atas pelaku UMKM dan masyarakat yang memiliki aktivitas usaha. Pelaksanaan kegiatan berkoordinasi dengan Pemerintah Desa Peguyangan dan Tim Penggerak PKK Desa Peguyangan. Kepala Desa Peguyangan adalah Wage Kasdono, S.E., sedangkan Kepala PKK Desa Peguyangan adalah Puji Wahyuni. Dukungan pemerintah desa dan PKK diperlukan untuk membantu koordinasi peserta, penyediaan lokasi, serta keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat.

2.2 Pendekatan Pelaksanaan

Pelatihan menggunakan pendekatan partisipatif yang menggabungkan penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi. Pendekatan tersebut dipilih karena fotografi merupakan keterampilan praktis yang membutuhkan pengalaman langsung dalam mengoperasikan perangkat dan mengatur objek. Pola kegiatan serupa telah diterapkan pada pelatihan fotografi produk UMKM dengan menempatkan praktik sebagai bagian penting dari proses pembelajaran.

2.3 Tahapan Kegiatan

Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan peserta dan persiapan kegiatan. Tim melakukan koordinasi dengan pemerintah desa, menentukan lokasi, menyiapkan materi, serta mempersiapkan peralatan fotografi sederhana. Peralatan yang digunakan meliputi telepon pintar, sumber cahaya, meja, kain atau kertas sebagai latar belakang, dan properti pendukung. Tahap kedua adalah penyampaian materi mengenai dasar fotografi produk. Materi mencakup pengenalan kamera telepon pintar, pencahayaan, komposisi, latar belakang, sudut pengambilan gambar, penataan produk, dan teknik penyuntingan sederhana. Materi tersebut disusun berdasarkan kebutuhan peserta dan praktik fotografi produk yang telah digunakan dalam kegiatan pemberdayaan UMKM.

Tahap ketiga adalah demonstrasi teknik fotografi produk. Instruktur memperagakan cara menempatkan produk, menentukan arah cahaya, memilih latar belakang, mengatur posisi kamera, dan mengambil gambar dari beberapa sudut. Demonstrasi dilakukan menggunakan peralatan sederhana agar teknik yang diberikan dapat direplikasi peserta setelah kegiatan. Tahap keempat adalah praktik langsung. Peserta diminta memotret produk dengan menerapkan teknik yang telah diberikan pada sesi sebelumnya. Tim pendamping memberikan arahan dan koreksi terhadap hasil foto, terutama pada aspek pencahayaan, komposisi, ketajaman, latar belakang, dan posisi produk. Tahap kelima adalah evaluasi hasil fotografi. Hasil foto peserta dibandingkan berdasarkan aspek teknis dan kelayakannya sebagai materi promosi. Evaluasi juga digunakan untuk memberikan umpan balik kepada peserta mengenai bagian yang masih perlu diperbaiki.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Fotografi

2.4 Indikator Evaluasi

Evaluasi hasil fotografi menggunakan beberapa indikator utama, yaitu pencahayaan, komposisi, ketajaman gambar, latar belakang, sudut pengambilan gambar, penataan objek, dan kelayakan foto untuk kebutuhan promosi.

Tabel 1. Indikator Evaluasi Hasil Fotografi

No.	Aspek	Indikator
1	Pencahayaan	Produk terlihat jelas dan memiliki pencahayaan yang proporsional
2	Komposisi	Posisi objek seimbang dan menarik
3	Ketajaman	Detail produk terlihat jelas
4	Latar belakang	Tidak mengganggu objek utama
5	Sudut pengambilan	Sudut sesuai karakteristik produk
6	Penataan produk	Produk dan properti tersusun proporsional
7	Kelayakan promosi	Foto dapat digunakan pada media sosial atau katalog digital

Evaluasi dilakukan secara langsung melalui pengamatan hasil praktik dan pemberian umpan balik. Metode tersebut dipilih karena kegiatan lebih diarahkan pada peningkatan keterampilan praktis. Penggunaan evaluasi hasil foto juga sejalan dengan kegiatan pelatihan fotografi produk yang menilai perubahan kemampuan peserta melalui praktik pemotretan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan fotografi produk di Desa Peguyangan diikuti oleh sekitar 50 peserta. Kegiatan berlangsung secara interaktif melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik, dan evaluasi hasil fotografi. Peserta memperoleh kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung teknik fotografi menggunakan telepon pintar. Jumlah peserta tersebut menunjukkan tingginya kebutuhan masyarakat terhadap peningkatan kemampuan pemasaran visual. Kondisi ini sejalan dengan kegiatan pelatihan fotografi produk bagi 50 pelaku UMKM di Pasar Senggol Wisata Meranti yang juga diarahkan untuk meningkatkan kemampuan menghasilkan foto produk yang menarik bagi pemasaran melalui media sosial dan marketplace.

3.2 Pemahaman Dasar Fotografi Produk

Pada tahap awal, peserta diperkenalkan pada prinsip dasar fotografi produk. Peserta diberikan pemahaman bahwa kualitas foto tidak hanya dipengaruhi oleh perangkat kamera, tetapi juga oleh cahaya, komposisi, sudut pengambilan, latar belakang, dan penataan objek. Pemahaman tersebut menjadi dasar sebelum peserta melakukan praktik. Peserta juga memperoleh penjelasan bahwa telepon pintar dapat digunakan sebagai perangkat utama untuk fotografi produk. Penggunaan perangkat yang sudah dimiliki peserta membuat teknik yang dipelajari lebih mudah diterapkan

setelah kegiatan. Penggunaan kamera telepon pintar dalam pelatihan fotografi produk dapat membantu UMKM menghasilkan foto yang lebih estetis dan profesional [3].



Gambar 2. Kegiatan Pengbdian Masyarakat

3.3 Praktik Pencahayaan

Pencahayaan menjadi salah satu materi utama dalam praktik. Peserta diarahkan untuk menggunakan sumber cahaya secara tepat agar produk terlihat jelas dan memiliki detail yang baik. Peserta juga diperkenalkan pada pemanfaatan cahaya alami dan sumber cahaya sederhana sebagai alternatif ketika tidak tersedia perangkat pencahayaan profesional. Hasil praktik menunjukkan bahwa perubahan arah dan posisi sumber cahaya dapat menghasilkan perbedaan yang cukup jelas pada tampilan foto. Peserta mulai memahami bahwa cahaya dari arah yang tepat dapat membantu memperlihatkan bentuk dan tekstur produk. Pelatihan fotografi berbasis telepon pintar dan AI yang dilakukan Bhimasta et al. (2025) juga menempatkan pencahayaan dan komposisi sebagai keterampilan utama yang perlu dikuasai peserta [5].

3.4 Komposisi dan Sudut Pengambilan Gambar

Peserta dilatih menentukan posisi produk dan kamera agar objek terlihat proporsional. Pengambilan gambar dilakukan dari beberapa sudut untuk mengetahui sudut yang paling sesuai dengan karakteristik masing-masing produk. Peserta juga diarahkan agar tidak menempatkan terlalu banyak objek pendukung yang dapat mengalihkan perhatian dari produk utama. Praktik tersebut membantu peserta memahami bahwa satu produk dapat menghasilkan tampilan visual yang berbeda apabila difoto dari sudut yang berbeda. Praktik pengambilan gambar dari berbagai sudut membantu peserta memahami pentingnya *angle* dalam menghasilkan foto produk yang menarik [4].

3.5 Pemilihan Latar Belakang

Latar belakang merupakan bagian penting karena dapat memperkuat atau justru mengurangi fokus terhadap produk. Peserta diarahkan menggunakan latar belakang sederhana dengan warna yang sesuai dengan karakter produk. Penggunaan kain, kertas, atau permukaan sederhana dapat menjadi alternatif yang murah dan mudah diterapkan. Hasil praktik menunjukkan bahwa penggunaan latar yang lebih sederhana membantu produk terlihat lebih dominan. Prinsip tersebut juga digunakan pada berbagai pelatihan fotografi produk yang memanfaatkan peralatan sederhana untuk membangun tampilan visual yang lebih profesional.

3.6 Penyuntingan Foto

Peserta diberikan pengenalan terhadap penyuntingan foto sederhana menggunakan aplikasi yang dapat dioperasikan melalui telepon pintar. Penyuntingan diarahkan pada perbaikan pencahayaan, kecerahan, kontras, warna, dan pemotongan gambar. Peserta diarahkan agar penyuntingan tidak mengubah karakteristik asli produk secara berlebihan. Kemampuan penyuntingan dapat membantu menghasilkan foto yang lebih siap digunakan untuk promosi digital. Pelatihan penyuntingan foto promosi menggunakan telepon pintar dapat membantu pelaku usaha menghasilkan foto yang lebih informatif dan layak digunakan sebagai materi promosi media sosial [6].

3.7 Perubahan Keterampilan Peserta

Pada awal kegiatan, sebagian peserta masih mengalami kesulitan menentukan posisi produk, arah cahaya, dan sudut pengambilan gambar. Setelah mengikuti demonstrasi dan praktik, peserta mulai mampu melakukan penataan objek secara lebih terarah. Peserta juga mulai memahami hubungan antara pencahayaan, komposisi, latar belakang, dan hasil akhir foto. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung sesuai untuk pelatihan fotografi produk. Hasil serupa ditemukan dalam kegiatan fotografi produk UMKM berbasis *smartphone*, yang menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta dalam menghasilkan foto produk setelah memperoleh pelatihan.

3.8 Fotografi Produk sebagai Media Pemasaran

Foto produk yang dihasilkan peserta dapat dimanfaatkan sebagai materi promosi pada WhatsApp, Instagram, Facebook, katalog digital, dan marketplace. Foto memberikan informasi visual yang dapat melengkapi deskripsi tertulis mengenai produk. Penggunaan foto yang lebih baik juga dapat membantu membangun tampilan media promosi yang lebih rapi dan profesional. Keberadaan foto produk sebagai salah satu bentuk konten promosi yang dapat membantu UMKM memperkenalkan dan meyakinkan calon konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan fotografi produk dapat menjadi bagian dari kompetensi pemasaran digital yang perlu dimiliki pelaku UMKM.

3.9 Penguatan Daya Tarik Visual

Pelatihan juga meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya daya tarik visual dalam pemasaran. Peserta memahami bahwa foto produk tidak sekadar mendokumentasikan barang, tetapi juga perlu menyampaikan kesan, kualitas, dan karakter produk kepada calon konsumen. Penyajian visual yang baik dapat menjadi bagian dari strategi membangun perhatian konsumen. Kegiatan pelatihan fotografi di Kota Blitar juga menempatkan kualitas visual sebagai bagian dari peningkatan daya tarik produk UMKM melalui pendekatan workshop partisipatif. Temuan tersebut memperkuat relevansi pelatihan fotografi produk sebagai bagian dari strategi pemasaran digital UMKM.

3.10 Capaian Kegiatan

Capaian kegiatan dapat dirangkum sebagai berikut.

Tabel 2. Capaian Kegiatan

No.	Permasalahan	Solusi	Capaian
1	Pengetahuan fotografi produk terbatas	Penyampaian materi dasar fotografi	Peserta memahami prinsip dasar fotografi produk
2	Pencahayaan belum optimal	Demonstrasi pencahayaan	Peserta memahami penggunaan cahaya
3	Komposisi belum tepat	Demonstrasi dan praktik	Peserta mampu menata objek lebih proporsional
4	Latar belakang kurang sesuai	Pelatihan pemilihan latar	Peserta memahami fungsi latar
5	Keterbatasan peralatan	Penggunaan telepon pintar	Peserta mampu memanfaatkan perangkat yang tersedia
6	Foto belum layak untuk promosi	Praktik dan evaluasi	Peserta menghasilkan foto yang lebih layak untuk promosi
7	Konten visual belum konsisten	Edukasi identitas visual	Peserta memahami pentingnya konsistensi visual

3.11 Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan fotografi produk dapat menjadi pendekatan praktis untuk meningkatkan kompetensi visual pelaku UMKM. Peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan mengenai teori fotografi, tetapi juga memperoleh pengalaman langsung dalam menghasilkan foto produk. Pendekatan tersebut relevan karena keterampilan fotografi membutuhkan latihan berulang agar peserta mampu menguasai teknik secara mandiri. Temuan kegiatan ini konsisten dengan hasil workshop menunjukkan respons positif peserta terhadap pelatihan foto produk dan pemasaran media sosial [1]. Temuan tersebut juga diperkuat oleh Dani et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan fotografi dan penyuntingan menggunakan telepon pintar dapat meningkatkan kualitas gambar produk UMKM [3].

Penggunaan telepon pintar menjadi salah satu aspek strategis karena perangkat tersebut relatif mudah diperoleh dan digunakan. Peserta tidak perlu melakukan investasi awal dalam bentuk kamera profesional untuk mulai menghasilkan materi visual. Pendekatan penggunaan peralatan sederhana juga ditemukan pada kegiatan pelatihan fotografi produk UMKM lainnya. Kualitas visual yang lebih baik dapat mendukung komunikasi pemasaran karena konsumen memperoleh informasi produk melalui tampilan visual. Foto yang jelas, terang, proporsional, dan sesuai karakter produk dapat membantu membangun kesan profesional. Keterampilan fotografi produk perlu dipandang sebagai bagian dari pengembangan kompetensi pemasaran digital UMKM.

Meskipun demikian, kegiatan ini belum mengukur dampak langsung terhadap peningkatan omzet atau volume penjualan. Evaluasi yang dilakukan lebih berfokus pada proses pelatihan, keterlibatan peserta, praktik fotografi, dan kualitas hasil foto. Pengukuran dampak ekonomi dapat dilakukan pada kegiatan lanjutan melalui *pre-test* dan *post-test*, evaluasi kualitas foto secara terukur, serta perbandingan data penjualan sebelum dan sesudah implementasi. Keberlanjutan program perlu diarahkan pada pendampingan pembuatan konten secara rutin. Peserta dapat dilatih membuat katalog digital, kalender konten media sosial, pengelolaan identitas visual, dan strategi pemanfaatan foto untuk marketplace. Pendekatan berkelanjutan akan membantu memastikan keterampilan yang diperoleh tidak berhenti pada saat pelatihan, tetapi diterapkan dalam aktivitas pemasaran sehari-hari.

4. KESIMPULAN

Pelatihan fotografi produk di Desa Peguyangan, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang, telah memberikan pengalaman praktis kepada sekitar 50 peserta dalam menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan layak digunakan untuk kegiatan promosi. Materi yang diberikan meliputi pencahayaan, komposisi, latar belakang, sudut pengambilan gambar, penataan produk, dan penyuntingan foto sederhana. Peserta juga memperoleh pemahaman bahwa telepon pintar dapat dimanfaatkan sebagai perangkat fotografi produk tanpa harus menggunakan kamera profesional. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mengatur posisi produk, menentukan arah cahaya, memilih latar belakang, dan menentukan sudut pengambilan gambar secara lebih baik. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan kombinasi antara teori, demonstrasi, praktik, dan evaluasi sesuai untuk meningkatkan keterampilan fotografi produk. Foto yang dihasilkan dapat dimanfaatkan sebagai materi promosi melalui media sosial, katalog digital, dan platform pemasaran daring. Pelatihan fotografi produk dapat menjadi salah satu bentuk pemberdayaan UMKM dalam menghadapi perkembangan pemasaran digital. Meskipun dampak terhadap peningkatan penjualan belum diukur secara kuantitatif, peningkatan keterampilan visual menjadi modal awal bagi peserta untuk memperbaiki kualitas komunikasi pemasaran. Kegiatan lanjutan berupa pendampingan konten digital, pengelolaan media sosial, dan evaluasi kualitas foto secara berkala diperlukan untuk memperkuat keberlanjutan program.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Desa Peguyangan, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang, khususnya Kepala Desa Peguyangan, Wage Kasdono, S.E., atas dukungan dan fasilitasi pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala PKK Desa Peguyangan, Puji Wahyuni, yang telah membantu koordinasi dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan. Apresiasi disampaikan kepada seluruh peserta yang telah mengikuti kegiatan secara aktif serta seluruh pihak yang mendukung terlaksananya pelatihan fotografi produk.

DAFTAR REFERENSI

Bhimasta, R. A., (2025). Pemberdayaan UMKM dan Komunitas Wirausaha Bantul Melalui Pelatihan Fotografi Produk Berbasis Kamera Handphone dan AI. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4*(2), 99–108. Https://Doi.Org/10.47776/3w52dd17

Dani, R., Kenali, (2024). Pelatihan Fotografi dan Foto Editing Produk Menggunakan Kamera Smartphone Untuk UMKM Lampung. *Jurnal Abimana (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nasional), 1*(1), 15–20. Https://Doi.Org/10.25181/Abimana.V1i1.3502

Dewandaru, B., (2025). Pengembangan UMKM Melalui Pelatihan Fotografi Produk dan Aplikasi SIAPIK. *Jurnal Graha Pengabdian*.

Haqqu, R. (2022). Fotografi Sebagai Komunikasi Visual Dalam Pemasaran Produk UMKM. *Altruis: Journal Of Community Services*.

Halu, M., Lestari, (2025). Efektivitas Konten Visual Dalam Pemasaran Digital UMKM.

Indrashwara, M. S., Pratama, A., & Wulandari, D. (2024). Pelatihan Fotografi Produk UMKM Menggunakan Smartphone Sebagai Media Promosi Digital. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.

Jenifer, J., & Nawangpalupi, C. B. (2024). Instagram Marketing, Visual Identity And Customer Engagement For Smes. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research*.

Li, X., Wang, Y., & Chen, L. (2023). Visual Appeal And Purchase Intention In Online Shopping. *Industrial Management & Data Systems*. Https://Doi.Org/10.1108/IMDS-02-2023-0131

Malik, A., Sari, D., & Nugroho, R. (2022). Digital Marketing dan Brand Awareness pada UMKM. *Indonesian Journal Of Business And Entrepreneurship*.

Nur Wahyudi, E., & Andraini, F. (2023). Editing Foto Promosi Produk Menggunakan Smartphone Bagi Pelaku Usaha UMKM Kota Semarang. *Duta Abdimas, 2*(2). Https://Doi.Org/10.47701/Abdimas.V2i2.2774

Prawiro, A. (2023). Visual Appeal And Online Purchase Intention. *International Innovation Journal Of Social Science And Education*.

Putri, A., Rahmawati, D., & Setiawan, R. (2024). Implementasi Fotografi Produk Menggunakan Kamera Smartphone Untuk Mendukung Pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Rahmayanti, D. (2021). Pelatihan Fotografi Produk Sebagai Media Promosi UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.

Risnawati. (2022). Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Kecil dan Menengah. *Cakrawala: Jurnal Manajemen*.

Sari, R. P., Wahyuni, R. T., & Susianti, E. (2023). Workshop Foto Produk UMKM Sebagai Bagian Dari Strategi Promosi di Media Sosial. *JITER-PM: Jurnal Inovasi Terapan-Pengabdian Masyarakat, 1*(2). Https://Doi.Org/10.35143/Jiter-Pm.V1i2.5901

Satyanegara, T. (2024). Pelatihan Foto Produk Bagi UMKM Desa Glagaharum untuk Meningkatkan Daya Saing Pemasaran Produk. *Leecom: Journal of Community Development*. Https://Doi.Org/10.37715/Leecom.V6i2.5151

Setiawati, E., Pratiwi, R., & Hidayat, M. (2025). Optimalisasi Foto Produk Untuk Mendukung Pemasaran Digital UMKM. *IKRAITH-ABDIMAS*.

Suprapto, H. A., Cani, D. M., & Herlianti, E. (2025). Pelatihan Penggunaan Fotografi Produk Bagi UMKM. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Syaputra, A., Edowinsyah, & Prawira, N. S. (2025). Optimalisasi Digital Marketing Dan Fotografi Produk Dalam Upaya Peningkatan Penjualan UMKM Siswa SMK Dempo Selatan Kota Pagar Alam. *NGABDIMAS*. Https://Doi.Org/10.36050/0x44qx50

Tamtomo, A. P. S., (2025). Optimalisasi Daya Saing UMKM Melalui Pelatihan Fotografi Produk Rumahan Berbasis Estetika Virtual Shop: Strategi Branding Visual dengan Peralatan Sederhana Untuk Transformasi Digital Usaha Mikro. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5*(3). Https://Doi.Org/10.53625/Jabdi.V5i3.10858

Wardani, S. I., Latifah, N., & Ismanto. (2026). Pelatihan Fotografi untuk Meningkatkan Daya Tarik Produk UMKM Kota Blitar. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6*(1). https://doi.org/10.37403/glow.v6i1.437