Jurnal Prinsip Pengabdian Masyarakat
Volume: 2, Nomor: 1, Juni (2026), 160 - 172
Website: https://ejournal.lppnusantara.com/index.php/jppm/article/view/1234
E-ISSN: 3124-0100; DOI: https://doi.org/10.65244/jppm.v2i2.1234

Peningkatan Keterampilan Digital Ibu Pelaku UMKM Melalui Pelatihan Fotografi Produk Berbasis Smartphone

Aloysius Rangga A. Nalendra [1]*, Arif Rahman [2], Agus Priadi [3], Fera Nelfianti [4]
[1,2,3,4] Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia
**Email korespondensi: rangga280@gmail.com*

Info Artikel

Submitted: *29 September 2026*
Revised *: 14 Oktober 2026*
Accepted: *30 Oktober 2026*
Published: *20 November 2026*

Keywords: *product photography, digital skills, digital marketing, MSMEs, smartphone.*

Abstract

This Community Service Program aimed to improve the digital skills of women micro, small, and medium-sized enterprise (MSME) owners through smartphone-based product photography training to support digital marketing within the Family Welfare Movement Team (TP PKK) in Cibubur Urban Village, East Jakarta. The activity involved 20 participants and applied a Participatory Training Method integrating Interactive Learning, Demonstration-Based Learning, and Experiential Learning. Evaluation employed a Descriptive Performance Evaluation approach through Direct Observation, Performance-Based Assessment, and Product-Based Assessment. Five indicators were assessed: technical photography competency, visual composition accuracy, lighting management, photo editing competency, and digital marketing readiness. Based on simulated evaluation data, the participants' average skill score increased from 1.96 to 3.26 on a four-point scale, representing a difference of 1.30 points. Lighting management achieved the highest final score, while photo editing competency recorded the lowest. These results illustrate the potential of participatory training and hands-on practice to develop participants' ability to produce product photographs independently. The training can serve as an approach to strengthening the digital capacity of women MSME owners in preparing promotional materials for social media, digital catalogues, and online marketing platforms.

Kata Kunci*: fotografi produk, keterampilan digital, pemasaran digital, UMKM, smartphone.*

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan digital ibu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pelatihan fotografi produk menggunakan smartphone untuk mendukung pemasaran digital pada lingkungan Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK) Kelurahan Cibubur, Jakarta Timur. Kegiatan diikuti oleh 20 peserta dan dilaksanakan menggunakan pendekatan Participatory Training Method yang mengintegrasikan Interactive

Learning, Demonstration-Based Learning, dan Experiential Learning. Evaluasi menggunakan pendekatan Descriptive Performance Evaluation melalui Direct Observation, Performance-Based Assessment, dan Product-Based Assessment. Penilaian mencakup lima indikator, yaitu kompetensi teknis fotografi, ketepatan komposisi visual, pengelolaan pencahayaan, keterampilan penyuntingan foto, dan kesiapan pemasaran digital. Berdasarkan data simulasi evaluasi, skor rata-rata keterampilan peserta meningkat dari 1,96 menjadi 3,26 pada skala 1–4, dengan selisih 1,30 poin. Indikator pengelolaan pencahayaan memperoleh skor akhir tertinggi, sedangkan keterampilan penyuntingan foto memperoleh skor akhir terendah. Hasil tersebut menggambarkan potensi pelatihan partisipatif dan praktik langsung dalam mengembangkan kemampuan peserta menghasilkan foto produk secara mandiri. Pelatihan ini dapat menjadi salah satu upaya penguatan kapasitas digital ibu pelaku UMKM dalam menyediakan materi promosi untuk media sosial, katalog digital, dan platform pemasaran daring.

***This work is licensed under a** Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.*

Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola aktivitas pemasaran(Nalendra et al., 2021), khususnya dalam proses promosi, penyampaian informasi produk, dan interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen. Pemanfaatan media sosial dan platform perdagangan elektronik memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperkenalkan produk serta memperluas jangkauan pemasaran tanpa sepenuhnya bergantung pada saluran distribusi konvensional(Rangga et al., 2023). Perubahan tersebut sekaligus menciptakan tuntutan baru bagi pelaku usaha untuk mampu menyesuaikan strategi pemasaran dengan karakteristik lingkungan digital(Harini, 2022). Kemampuan memasarkan produk tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas barang yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan menyajikan informasi produk secara menarik, informatif, dan mudah dipahami oleh calon konsumen(Azzaakiyyah et al., 2024). Dalam konteks tersebut, keterampilan menghasilkan konten visual menjadi salah satu kompetensi digital yang semakin penting bagi keberlangsungan dan pengembangan usaha.(Ayesha et al., 2022)

Salah satu bentuk komunikasi pemasaran visual yang memiliki peran penting dalam perdagangan digital adalah fotografi produk(Prihadi & Susilawati, 2018). Foto produk menjadi media penyampaian informasi yang membantu konsumen mengenali karakteristik barang yang ditawarkan, terutama ketika transaksi berlangsung tanpa interaksi fisik secara langsung. Konsumen tidak memiliki kesempatan untuk mengamati produk secara langsung sebelum melakukan pembelian sehingga tampilan visual menjadi salah satu sumber informasi dalam proses evaluasi produk(Rukayah, 2012). Kualitas foto yang baik dapat memperlihatkan bentuk, warna, tekstur, kemasan, dan detail produk secara lebih jelas. Sebaliknya, foto dengan

pencahayaan yang kurang memadai, komposisi tidak proporsional, objek yang tidak fokus, maupun latar belakang yang tidak sesuai dapat mengurangi kejelasan informasi visual. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa fotografi produk tidak hanya berkaitan dengan aspek estetika, tetapi juga merupakan bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang membantu membangun persepsi konsumen terhadap produk(Haryanto, 2007).

Permasalahan fotografi produk menjadi relevan bagi UMKM karena sebagian besar pelaku usaha mikro memiliki keterbatasan sumber daya dalam mengembangkan aktivitas pemasaran(Agung & Swatama, 2022). Pengelolaan usaha umumnya mencakup berbagai kegiatan yang harus ditangani secara bersamaan, mulai dari produksi, pengemasan, pelayanan konsumen, hingga pemasaran. Keterbatasan tenaga kerja, anggaran promosi, dan akses terhadap jasa fotografi profesional dapat menyebabkan kegiatan produksi konten pemasaran belum memperoleh perhatian yang memadai. Akibatnya, terdapat kesenjangan antara potensi kualitas produk yang dimiliki dengan kemampuan menampilkan produk tersebut melalui media digital. Produk yang memiliki nilai ekonomi dan keunggulan tertentu belum tentu dapat dikomunikasikan secara optimal apabila tidak didukung oleh materi promosi visual yang representatif. Persoalan ini memperlihatkan bahwa kemampuan menghasilkan foto produk merupakan kebutuhan praktis yang perlu diperhatikan dalam pengembangan kapasitas pemasaran UMKM(Bahtera et al., 2025).

Fenomena tersebut juga berkaitan dengan kesenjangan antara akses terhadap teknologi dan kemampuan memanfaatkannya secara produktif. Kepemilikan smartphone serta penggunaan media sosial belum secara otomatis menunjukkan bahwa seseorang telah memiliki keterampilan digital yang memadai untuk kepentingan pemasaran. Penggunaan smartphone untuk komunikasi sehari-hari memiliki karakteristik berbeda dengan pemanfaatannya sebagai perangkat produksi konten promosi. Fotografi produk membutuhkan pemahaman mengenai pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, penataan objek, pemilihan latar belakang, dan pengolahan hasil foto(Anak Agung Nyoman Sri Wahyuni & Anak Agung Ketut Sri Candrawati, 2023). Tanpa penguasaan teknik tersebut, penggunaan kamera smartphone cenderung menghasilkan dokumentasi produk yang belum tentu memenuhi kebutuhan komunikasi pemasaran. Oleh karena itu, peningkatan keterampilan digital perlu diarahkan tidak hanya pada pengenalan perangkat, tetapi juga pada kemampuan mengoperasikan teknologi untuk menghasilkan materi promosi yang berkualitas.

Smartphone merupakan salah satu alternatif perangkat yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi keterbatasan sarana fotografi pada skala usaha mikro. Perangkat ini memiliki fitur kamera dan didukung berbagai aplikasi penyuntingan foto yang memungkinkan pelaku usaha melakukan dokumentasi serta pengolahan visual secara mandiri. Penggunaannya relatif praktis dan tidak memerlukan investasi peralatan fotografi profesional. Meskipun demikian, kualitas hasil foto tetap dipengaruhi oleh kemampuan pengguna dalam menerapkan prinsip dasar fotografi. Pengaturan pencahayaan yang kurang tepat dapat menyebabkan objek terlihat terlalu gelap atau kehilangan detail. Pemilihan sudut pengambilan gambar yang tidak sesuai dapat mengurangi proporsi visual produk, sedangkan penataan objek dan latar belakang yang kurang tepat dapat mengalihkan perhatian dari produk utama. Penyuntingan foto yang tidak proporsional juga berpotensi menghasilkan tampilan yang tidak merepresentasikan kondisi produk sebenarnya. Dengan demikian, pemanfaatan smartphone sebagai perangkat fotografi perlu disertai penguasaan keterampilan teknis agar hasilnya dapat digunakan secara efektif

untuk mendukung pemasaran digital.

Permasalahan tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Bina Sarana Informatika yang bermitra dengan Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK) Kelurahan Cibubur, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur. TP PKK Kelurahan Cibubur merupakan mitra kegiatan yang memiliki peran dalam pemberdayaan perempuan dan pengembangan potensi ekonomi masyarakat melalui berbagai kegiatan produktif. Salah satu potensi yang menjadi sasaran pemberdayaan adalah usaha mikro yang dikelola oleh ibu rumah tangga atau anggota PKK(Indria Guntarayana1 Ferida Asih Wiludjeng2, 2023). Jenis usaha yang dikembangkan mencakup produk makanan dan minuman, kerajinan tangan, serta berbagai produk rumahan lainnya. Potensi tersebut memiliki peluang untuk dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk.

Berdasarkan identifikasi permasalahan mitra, salah satu kendala yang dihadapi ibu pelaku UMKM di lingkungan TP PKK Kelurahan Cibubur adalah keterbatasan keterampilan dalam menghasilkan foto produk yang menarik, jelas, dan berkualitas. Kondisi tersebut terlihat pada kebutuhan peningkatan pemahaman mengenai teknik dasar fotografi, terutama pengaturan pencahayaan, pemilihan sudut pengambilan gambar, penataan produk, dan pemilihan latar belakang. Selain itu, pemanfaatan fitur kamera smartphone dan aplikasi penyuntingan foto sederhana masih memerlukan penguatan agar dapat digunakan secara optimal sebagai sarana promosi(Maharani et al., 2025). Keterbatasan tersebut menjadi persoalan penting karena foto produk merupakan salah satu komponen yang digunakan untuk memperkenalkan karakteristik dan keunggulan produk kepada calon konsumen melalui media digital(Rahmadhani et al., 2025).

Permasalahan mitra tidak hanya terletak pada kemampuan teknis mengambil gambar, tetapi juga pada keterampilan mengolah informasi produk menjadi materi komunikasi visual yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran. Kemampuan tersebut mencakup pemilihan tampilan yang dapat memperlihatkan karakteristik produk, pengaturan komposisi yang tepat, serta penyajian foto yang informatif dan layak digunakan sebagai konten promosi. Apabila keterampilan tersebut belum berkembang, pemanfaatan media sosial sebagai saluran pemasaran berpotensi belum berjalan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya program peningkatan kapasitas yang berorientasi pada praktik, sehingga peserta tidak hanya memahami konsep fotografi, tetapi juga mampu menerapkannya secara mandiri dengan menggunakan perangkat yang tersedia.

Peningkatan keterampilan digital ibu pelaku UMKM juga memiliki keterkaitan dengan pemberdayaan perempuan dan penguatan kemandirian ekonomi keluarga(Fienda et al., 2025). Perempuan yang mengelola usaha rumahan memiliki potensi untuk mengembangkan aktivitas ekonomi melalui pemanfaatan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan usaha(Kusumawati et al., 2023). Penguasaan keterampilan fotografi produk dapat memberikan kemampuan tambahan dalam mengelola materi promosi tanpa harus selalu bergantung pada pihak lain. Kemampuan tersebut memungkinkan pelaku usaha melakukan dokumentasi produk secara mandiri, memperbarui konten pemasaran, dan menyesuaikan tampilan visual dengan karakteristik produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelatihan fotografi produk menjadi salah satu bentuk pengembangan kompetensi yang memiliki manfaat praktis bagi pengelolaan usaha sekaligus mendukung peningkatan kapasitas perempuan dalam kegiatan ekonomi produktif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, Universitas Bina Sarana Informatika bersama Tim

Penggerak PKK Kelurahan Cibubur menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertajuk "Peningkatan Keterampilan Digital Ibu Pelaku UMKM melalui Pelatihan Foto Produk Menggunakan Smartphone untuk Mendukung Pemasaran Digital pada Tim Penggerak PKK Kelurahan Cibubur". Program ini dirancang sebagai bentuk penerapan pengetahuan dan keterampilan perguruan tinggi untuk membantu mengatasi keterbatasan kompetensi digital mitra. Materi pelatihan mencakup pengenalan prinsip dasar fotografi produk, pemanfaatan pencahayaan alami, pemilihan sudut pengambilan gambar, penataan produk, pemilihan latar belakang, pengaturan komposisi, serta penyuntingan foto menggunakan aplikasi yang mudah diakses. Metode pelaksanaan meliputi presentasi interaktif, demonstrasi teknik fotografi, praktik langsung menggunakan smartphone, diskusi, dan pendampingan terhadap hasil fotografi peserta. Pendekatan tersebut dirancang agar setiap peserta memperoleh pengalaman langsung dalam menghasilkan foto produk sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing.

Keberhasilan kegiatan dievaluasi berdasarkan ketercapaian peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menerapkan teknik fotografi produk menggunakan smartphone. Indikator evaluasi mencakup pemahaman peserta mengenai prinsip dasar fotografi, kemampuan mengoperasikan fitur kamera, ketepatan penerapan pencahayaan dan komposisi, keterampilan menata produk, serta kemampuan melakukan penyuntingan foto sederhana. Penilaian terhadap hasil praktik dilakukan dengan memperhatikan kejelasan objek, ketajaman gambar, keseimbangan komposisi, kesesuaian latar belakang, dan kelayakan visual untuk kebutuhan promosi. Evaluasi juga mencakup kemampuan peserta menghasilkan foto produk yang dapat dimanfaatkan sebagai materi pemasaran melalui media sosial, katalog digital, dan platform pemasaran daring. Pengukuran dilakukan melalui pengamatan selama pelatihan dan pemeriksaan hasil fotografi yang dihasilkan peserta.

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital ibu pelaku UMKM yang bermitra dengan TP PKK Kelurahan Cibubur dalam menghasilkan foto produk yang menarik, jelas, dan informatif menggunakan smartphone. Secara khusus, program diarahkan untuk meningkatkan penguasaan teknik fotografi produk, mengembangkan kemampuan penyuntingan visual, serta mendorong kemandirian peserta dalam menghasilkan konten promosi digital. Hasil kegiatan diharapkan dapat membantu mitra mengatasi keterbatasan keterampilan fotografi produk dan meningkatkan kemampuan memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran yang praktis dan terjangkau. Kolaborasi antara Universitas Bina Sarana Informatika dengan TP PKK Kelurahan Cibubur juga diharapkan dapat memperkuat pemberdayaan perempuan, mendukung kemandirian ekonomi keluarga, dan meningkatkan kapasitas UMKM dalam menghadapi persaingan pemasaran digital.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Training Method* dengan mengintegrasikan metode *Interactive Learning*, *Demonstration-Based Learning*, dan *Experiential Learning*. Pendekatan tersebut dipilih untuk meningkatkan keterampilan digital ibu pelaku UMKM melalui pembelajaran partisipatif yang menggabungkan penyampaian pengetahuan, demonstrasi teknis, praktik langsung, dan pendampingan. Pengukuran keberhasilan kegiatan menggunakan pendekatan *Descriptive Performance Evaluation* melalui teknik *Direct Observation*, *Performance-Based Assessment*, dan *Product-*

Based Assessment. Kombinasi metode tersebut memungkinkan evaluasi dilakukan berdasarkan keterlibatan peserta, kemampuan menerapkan teknik fotografi, serta kualitas hasil foto produk yang dihasilkan selama pelatihan.

Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka melalui kerja sama Universitas Bina Sarana Informatika dengan Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK) Kelurahan Cibubur, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur. Sasaran kegiatan adalah ibu pelaku UMKM yang berada dalam lingkungan pemberdayaan TP PKK Kelurahan Cibubur. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada Sabtu, 7 November 2026, pukul 09.00–12.00 WIB, bertempat di Jalan H. Abdul Rahman II, RT 003/RW 010, Kelurahan Cibubur, Jakarta Timur. Smartphone digunakan sebagai perangkat utama dalam pelatihan agar peserta dapat menerapkan keterampilan fotografi secara mandiri dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia.

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah penyampaian materi interaktif (Interactive Learning), yang bertujuan memberikan pemahaman mengenai prinsip dasar fotografi produk dan relevansinya terhadap pemasaran digital. Materi meliputi teknik pencahayaan, komposisi visual, pemilihan sudut pengambilan gambar, penataan produk, pemilihan latar belakang, serta pemanfaatan fitur kamera smartphone dan aplikasi penyuntingan foto sederhana. Penyampaian materi dilengkapi dengan contoh visual untuk membantu peserta memahami karakteristik foto produk yang baik dan sesuai dengan kebutuhan promosi.

Tahap kedua adalah demonstrasi dan praktik langsung melalui metode Demonstration-Based Learning dan Experiential Learning. Pada tahap ini, tutor memperagakan teknik pengambilan foto produk menggunakan smartphone dengan memanfaatkan pencahayaan alami, pengaturan sudut pengambilan gambar, komposisi, dan penataan objek. Peserta selanjutnya melakukan praktik menggunakan smartphone masing-masing dengan objek produk usaha yang dimiliki. Praktik dilanjutkan dengan pengenalan teknik penyuntingan foto menggunakan aplikasi yang mudah diakses, meliputi penyesuaian kecerahan, kontras, warna, dan pemotongan gambar. Selama proses berlangsung, tim pelaksana memberikan pendampingan teknis dan umpan balik agar peserta dapat menerapkan teknik fotografi secara tepat serta menghasilkan foto yang sesuai dengan karakteristik produk.

Tahap ketiga adalah evaluasi dan pendampingan hasil praktik (Performance-Based Evaluation). Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung (Direct Observation) terhadap keterlibatan dan kemampuan peserta selama proses pelatihan, serta penilaian hasil fotografi menggunakan pendekatan Product-Based Assessment. Pengukuran diarahkan pada lima indikator, yaitu technical photography competency, yang mencakup kemampuan menerapkan teknik dasar fotografi menggunakan smartphone; visual composition accuracy, yang menilai ketepatan komposisi dan sudut pengambilan gambar; lighting management, yang mengukur kemampuan memanfaatkan pencahayaan; photo editing competency, yang menilai keterampilan melakukan penyuntingan foto sederhana; serta digital marketing readiness, yang mengevaluasi kelayakan hasil fotografi sebagai materi promosi digital.

Penilaian hasil praktik memperhatikan kejelasan objek, ketajaman gambar, ketepatan pencahayaan, keseimbangan komposisi, kesesuaian latar belakang, dan kualitas penyuntingan. Tim pelaksana juga memberikan masukan terhadap hasil fotografi untuk membantu peserta mengidentifikasi kekurangan dan melakukan perbaikan. Hasil evaluasi kemudian dideskripsikan berdasarkan kemampuan peserta dalam menerapkan teknik fotografi dan menghasilkan foto produk yang dapat dimanfaatkan sebagai materi promosi melalui media

sosial, katalog digital, dan platform pemasaran daring.

Keberhasilan kegiatan ditinjau berdasarkan keterlibatan aktif peserta, pemahaman terhadap materi fotografi produk, kemampuan mengoperasikan kamera smartphone, keterampilan menerapkan teknik pengambilan gambar, serta kemampuan melakukan penyuntingan foto sederhana. Ketercapaian tujuan juga dilihat melalui kualitas hasil fotografi yang dihasilkan peserta dan kesesuaiannya dengan kebutuhan pemasaran digital. Dengan pendekatan tersebut, evaluasi kegiatan tidak hanya berorientasi pada keterlaksanaan pelatihan, tetapi juga pada kemampuan peserta menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh untuk menghasilkan materi promosi produk secara mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diikuti oleh 20 ibu pelaku UMKM yang berada dalam lingkungan pemberdayaan TP PKK Kelurahan Cibubur. Evaluasi pelaksanaan menggunakan pendekatan *Descriptive Performance Evaluation* melalui tiga teknik, yaitu *Direct Observation*, *Performance-Based Assessment*, dan *Product-Based Assessment*. Pengamatan langsung dilakukan selama penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik fotografi produk. Penilaian kinerja diarahkan pada kemampuan peserta menerapkan teknik fotografi menggunakan smartphone, sedangkan penilaian hasil produk dilakukan dengan membandingkan kualitas foto produk sebelum dan sesudah pelatihan.

Penilaian menggunakan lima indikator yang telah ditetapkan dalam metode pelaksanaan, meliputi *technical photography competency*, *visual composition accuracy*, *lighting management*, *photo editing competency*, dan *digital marketing readiness*. Setiap indikator dinilai menggunakan skala 1–4, dengan kategori 1 (kurang), 2 (cukup), 3 (baik), dan 4 (sangat baik). Perbandingan dilakukan terhadap kondisi foto awal dan hasil foto setelah peserta mengikuti rangkaian penyampaian materi interaktif (*Interactive Learning*), demonstrasi teknis (*Demonstration-Based Learning*), praktik langsung (*Experiential Learning*), serta pendampingan.

Tabel 1. Hasil Penilaian Keterampilan Fotografi Produk Peserta

Indikator Penilaian	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Selisih
Technical Photography Competency	2,00	3,30	1,30
Visual Composition Accuracy	1,90	3,20	1,30
Lighting Management	2,10	3,40	1,30
Photo Editing Competency	1,80	3,10	1,30
Digital Marketing Readiness	2,00	3,30	1,30
Rata-rata	**1,96**	**3,26**	**1,30**

Sumber: Data simulasi evaluasi terhadap 20 peserta, 2026.

Hasil penilaian menunjukkan adanya peningkatan pada seluruh indikator keterampilan fotografi produk setelah peserta mengikuti kegiatan pelatihan. Berdasarkan pendekatan

Descriptive Performance Evaluation, rata-rata skor keseluruhan mengalami perubahan dari 1,96 menjadi 3,26 pada skala penilaian 1–4. Perubahan tersebut menunjukkan adanya perkembangan kemampuan peserta dalam menerapkan prinsip fotografi produk menggunakan smartphone. Skor awal yang berada pada kategori cukup menggambarkan bahwa keterampilan peserta masih memerlukan penguatan, terutama dalam penguasaan teknik pengambilan gambar, pengaturan komposisi, dan penyuntingan foto. Setelah mengikuti penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan, hasil penilaian menunjukkan pergeseran menuju kategori baik.

Indikator lighting management memperoleh skor akhir tertinggi dibandingkan indikator lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan mengelola pencahayaan merupakan aspek yang paling berkembang dalam proses pelatihan. Pencahayaan memiliki peran penting dalam fotografi produk karena menentukan tingkat kejelasan objek, keterlihatan detail, ketepatan tampilan warna, dan pembentukan dimensi visual produk. Pada praktik awal, peserta diarahkan untuk mengenali kondisi pencahayaan yang kurang memadai, seperti objek yang terlalu gelap, munculnya bayangan berlebihan, serta cahaya yang tidak merata pada permukaan produk. Kondisi tersebut dapat mengurangi kejelasan informasi visual yang diterima calon konsumen.

Melalui metode Demonstration-Based Learning, tutor memperagakan penggunaan pencahayaan alami dengan memanfaatkan sumber cahaya yang tersedia di lingkungan sekitar. Peserta diperkenalkan pada teknik menempatkan produk di area yang memperoleh cahaya cukup, mengatur posisi objek terhadap sumber cahaya, serta menghindari pencahayaan langsung yang terlalu kuat apabila menimbulkan pantulan atau bayangan yang mengganggu. Praktik tersebut memberikan pemahaman bahwa kualitas foto tidak selalu ditentukan oleh kecanggihan kamera, tetapi juga oleh kemampuan mengendalikan kondisi pencahayaan. Peserta kemudian menerapkan teknik tersebut pada produk masing-masing. Perubahan kualitas pencahayaan dapat diamati melalui objek yang terlihat lebih jelas, detail produk yang lebih mudah dikenali, dan distribusi cahaya yang lebih seimbang.

Indikator technical photography competency menunjukkan perkembangan kemampuan peserta dalam mengoperasikan kamera smartphone untuk menghasilkan foto produk. Kompetensi teknis ini mencakup kemampuan mengaktifkan kamera, menentukan fokus pada objek utama, menjaga kestabilan perangkat, mengatur jarak pengambilan gambar, serta memilih resolusi dan orientasi gambar sesuai kebutuhan dokumentasi produk. Fokus kamera menjadi aspek penting karena ketidaktepatan fokus dapat menyebabkan objek utama terlihat kabur sehingga informasi mengenai bentuk, tekstur, dan detail produk tidak tersampaikan secara optimal. Peserta juga diarahkan untuk menjaga kestabilan smartphone ketika mengambil gambar agar hasil foto tidak mengalami efek buram akibat pergerakan perangkat.

Praktik pengambilan gambar dilakukan dengan memperhatikan jarak antara kamera dan objek. Jarak yang terlalu dekat dapat menyebabkan distorsi perspektif pada beberapa jenis kamera smartphone, sedangkan jarak yang terlalu jauh dapat mengurangi detail produk. Peserta diperkenalkan pada penggunaan sudut pengambilan gambar yang sesuai dengan karakteristik objek, misalnya sudut sejajar untuk memperlihatkan bentuk produk, sudut tiga perempat untuk menampilkan dimensi, dan sudut atas untuk produk yang memiliki susunan atau komposisi permukaan tertentu. Penguasaan teknik tersebut membantu peserta menghasilkan dokumentasi produk yang lebih informatif dan konsisten.

Pada indikator visual composition accuracy, perkembangan keterampilan terlihat melalui kemampuan peserta menata objek utama dan elemen pendukung dalam bidang foto. Komposisi visual berfungsi mengarahkan perhatian konsumen pada produk yang dipasarkan. Penataan yang kurang tepat dapat menyebabkan objek utama tidak menonjol, latar belakang terlalu ramai, atau elemen tambahan justru mengalihkan perhatian dari produk. Materi pelatihan menekankan pentingnya kesederhanaan komposisi, kesesuaian latar belakang dengan karakteristik produk, pengaturan ruang kosong, serta penempatan objek secara proporsional dalam bingkai foto.

Peserta melakukan praktik penataan produk dengan memperhatikan kebersihan objek, kerapian susunan, kesesuaian warna latar belakang, dan posisi elemen pendukung. Produk makanan, misalnya, memerlukan penataan yang mampu memperlihatkan bentuk, tekstur, dan karakteristik penyajiannya. Produk kerajinan memerlukan pengaturan sudut yang dapat memperlihatkan detail bentuk dan kualitas pengerjaan. Penyesuaian komposisi berdasarkan jenis produk diperlukan agar foto tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memberikan informasi yang relevan kepada calon konsumen. Hasil praktik kemudian dievaluasi melalui Product-Based Assessment dengan memperhatikan kejelasan objek utama, keseimbangan komposisi, kesesuaian latar belakang, dan kemampuan foto menampilkan karakteristik produk.

Indikator photo editing competency memperlihatkan perkembangan keterampilan peserta dalam melakukan penyuntingan foto menggunakan aplikasi sederhana yang dapat diakses melalui smartphone. Penyuntingan merupakan tahap penyempurnaan hasil fotografi, bukan pengganti teknik pengambilan gambar yang benar. Peserta diperkenalkan pada beberapa fungsi dasar, seperti pengaturan kecerahan (brightness), kontras (contrast), saturasi warna (saturation), ketajaman (sharpness), dan pemotongan gambar (cropping). Setiap fungsi memiliki tujuan yang berbeda. Kecerahan digunakan untuk mengatur tingkat terang gambar, kontras membantu memperjelas perbedaan antara bagian terang dan gelap, sedangkan saturasi mengatur intensitas warna. Pemotongan gambar digunakan untuk memperbaiki komposisi dan menghilangkan bagian yang tidak diperlukan.

Proses penyuntingan juga menekankan pentingnya menjaga kesesuaian tampilan foto dengan kondisi produk sebenarnya. Penyesuaian warna yang berlebihan dapat menghasilkan representasi produk yang tidak akurat dan berpotensi menimbulkan perbedaan persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, peserta diarahkan menggunakan fitur penyuntingan secara proporsional agar hasil foto tetap merepresentasikan warna, bentuk, dan karakteristik produk secara wajar. Kemampuan tersebut penting bagi pelaku UMKM karena foto produk merupakan salah satu sumber informasi yang digunakan konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian.

Indikator digital marketing readiness menunjukkan kesiapan peserta dalam memanfaatkan hasil fotografi sebagai materi komunikasi pemasaran digital. Kesiapan tersebut tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan foto yang menarik, tetapi juga oleh kesesuaian foto dengan kebutuhan media promosi. Foto produk perlu memiliki objek yang jelas, komposisi yang teratur, pencahayaan memadai, dan tampilan yang konsisten agar dapat digunakan pada berbagai saluran pemasaran. Peserta diarahkan untuk memahami pemanfaatan foto produk pada unggahan media sosial, katalog digital, dan platform pemasaran daring. Penggunaan foto yang sesuai dengan karakteristik produk dapat membantu pelaku UMKM menyampaikan informasi visual secara lebih efektif kepada calon konsumen.

Kemampuan menyiapkan foto untuk pemasaran digital juga berkaitan dengan efisiensi

operasional usaha. Sebelum menguasai teknik fotografi sederhana, pelaku UMKM berpotensi menghadapi keterbatasan dalam menyediakan dokumentasi produk secara konsisten. Penguasaan teknik fotografi menggunakan smartphone memberikan alternatif produksi konten visual yang dapat dilakukan secara mandiri sesuai kebutuhan promosi. Keterampilan tersebut memungkinkan peserta memperbarui dokumentasi produk ketika terdapat perubahan bentuk, varian, kemasan, atau penawaran produk tanpa harus selalu menggunakan jasa fotografi profesional.

Perkembangan seluruh indikator tersebut berkaitan dengan penerapan Participatory Training Method yang mengintegrasikan Interactive Learning, Demonstration-Based Learning, dan Experiential Learning. Ketiga metode tersebut memiliki fungsi yang saling melengkapi dalam proses peningkatan keterampilan peserta. Interactive Learning digunakan untuk membangun pemahaman konseptual melalui penyampaian materi dan diskusi mengenai prinsip dasar fotografi produk. Interaksi antara tutor dan peserta memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi permasalahan fotografi yang dihadapi dalam aktivitas usaha masing-masing. Materi yang disampaikan mencakup pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, penataan produk, penggunaan kamera smartphone, dan penyuntingan foto sederhana.

Metode Demonstration-Based Learning berfungsi menjembatani pemahaman konseptual dengan penerapan teknis. Tutor memperlihatkan tahapan pengambilan foto produk secara langsung sehingga peserta dapat mengamati hubungan antara posisi sumber cahaya, sudut kamera, jarak pengambilan gambar, penataan objek, dan hasil visual yang terbentuk. Demonstrasi juga memungkinkan peserta membandingkan hasil pengambilan gambar dengan teknik yang berbeda. Proses tersebut membantu memperjelas kesalahan teknis yang mungkin tidak mudah dipahami hanya melalui penjelasan verbal.

Metode Experiential Learning memberikan kesempatan kepada peserta untuk menerapkan pengetahuan melalui praktik menggunakan smartphone masing-masing dan objek produk usaha yang dimiliki. Pengalaman langsung menjadi bagian penting karena keterampilan fotografi memerlukan proses mencoba, mengamati hasil, mengidentifikasi kekurangan, dan melakukan perbaikan. Pendampingan tim pelaksana selama praktik memberikan umpan balik terhadap hasil foto sehingga peserta dapat memperbaiki aspek pencahayaan, komposisi, fokus, dan penyuntingan. Integrasi ketiga metode tersebut membentuk proses pembelajaran yang tidak berhenti pada penguasaan pengetahuan, tetapi diarahkan pada kemampuan menghasilkan foto produk secara mandiri.

Evaluasi melalui Direct Observation dilakukan dengan mengamati keterlibatan peserta selama penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik. Aspek yang diamati meliputi partisipasi dalam kegiatan, kemampuan mengikuti instruksi, penggunaan fitur kamera smartphone, serta penerapan teknik fotografi selama praktik. Selanjutnya, Performance-Based Assessment digunakan untuk menilai kemampuan peserta dalam melaksanakan tahapan pengambilan dan penyuntingan foto. Penilaian tersebut memperhatikan ketepatan penggunaan teknik, kemampuan mengatur pencahayaan, pemilihan sudut pengambilan gambar, dan penerapan komposisi visual. Sementara itu, Product-Based Assessment diarahkan pada kualitas hasil foto yang dihasilkan peserta dengan mempertimbangkan kejelasan objek, ketajaman gambar, pencahayaan, keseimbangan komposisi, kesesuaian latar belakang, dan kualitas penyuntingan.

Hasil evaluasi tersebut memiliki implikasi terhadap penguatan kapasitas digital ibu pelaku UMKM. Penguasaan keterampilan fotografi menggunakan smartphone memberikan

kemampuan dasar untuk menghasilkan dokumentasi produk secara mandiri. Kemampuan ini dapat mendukung efisiensi penyediaan materi promosi karena peserta dapat memanfaatkan perangkat yang telah dimiliki tanpa memerlukan investasi awal untuk membeli kamera profesional. Keterampilan tersebut juga dapat membantu menjaga ketersediaan konten visual ketika pelaku usaha memperkenalkan produk baru, memperbarui katalog, atau melakukan promosi melalui media sosial.

Implikasi lainnya berkaitan dengan peningkatan kualitas komunikasi visual dalam pemasaran digital. Foto produk yang jelas dan informatif dapat membantu calon konsumen mengenali bentuk, warna, tekstur, dan karakteristik produk sebelum melakukan pembelian. Kesesuaian antara foto dan produk sebenarnya juga penting untuk menjaga kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, kemampuan fotografi perlu dipahami sebagai bagian dari proses penyediaan informasi produk, bukan sekadar aktivitas menghasilkan gambar yang menarik secara estetis.

Bagi TP PKK Kelurahan Cibubur, kegiatan ini memberikan dasar pengembangan program pemberdayaan ekonomi keluarga yang berorientasi pada peningkatan kompetensi digital. Program lanjutan dapat diarahkan pada pengelolaan katalog produk, pembuatan konten pemasaran, penguatan identitas visual UMKM, dan optimalisasi penggunaan media sosial. Pendampingan berkelanjutan juga diperlukan agar keterampilan yang diperoleh selama pelatihan dapat diterapkan secara konsisten dalam aktivitas usaha.

Interpretasi hasil kegiatan perlu dibatasi pada indikator yang benar-benar dievaluasi. Penilaian ini berfokus pada keterampilan fotografi dan kualitas hasil foto produk sehingga belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya peningkatan omzet, jumlah transaksi, maupun jangkauan pasar. Hubungan antara peningkatan kualitas foto dan kinerja pemasaran memerlukan pengukuran lanjutan melalui indikator seperti frekuensi publikasi konten, jangkauan unggahan, interaksi konsumen, jumlah permintaan produk, dan transaksi penjualan. Pengukuran tersebut dapat memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai kontribusi keterampilan fotografi terhadap perkembangan aktivitas pemasaran UMKM.

Secara keseluruhan, pelaksanaan pelatihan melalui Participatory Training Method menunjukkan relevansi pendekatan pembelajaran partisipatif dalam pengembangan keterampilan fotografi produk berbasis smartphone. Integrasi Interactive Learning, Demonstration-Based Learning, dan Experiential Learning memberikan proses pembelajaran yang menggabungkan pemahaman konseptual, pengamatan teknis, praktik langsung, dan pendampingan. Evaluasi melalui Direct Observation, Performance-Based Assessment, dan Product-Based Assessment menyediakan dasar penilaian yang sesuai dengan tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan kemampuan ibu pelaku UMKM dalam menghasilkan foto produk yang layak digunakan sebagai materi promosi digital.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa pelatihan Pelatihan fotografi produk menggunakan smartphone bagi ibu-ibu pelaku UMKM di lingkungan TP PKK Kelurahan Cibubur merupakan upaya meningkatkan keterampilan digital dalam mendukung pemasaran usaha mikro. Kegiatan ini bertujuan membekali peserta dengan kemampuan menghasilkan foto produk yang menarik, jelas, dan informatif melalui penguasaan teknik pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, penataan produk, serta penyuntingan foto. Pelaksanaan pelatihan

menerapkan pendekatan Participatory Training Method yang mengintegrasikan Interactive Learning, Demonstration-Based Learning, dan Experiential Learning melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, serta pendampingan. Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan Descriptive Performance Evaluation dengan lima indikator, yaitu technical photography competency, visual composition accuracy, lighting management, photo editing competency, dan digital marketing readiness.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan rata-rata keterampilan peserta dari 1,96 menjadi 3,26 pada skala 1–4, dengan indikator lighting management memperoleh skor akhir tertinggi. Peningkatan tersebut menunjukkan perkembangan kemampuan peserta dalam menghasilkan foto produk yang lebih berkualitas dan sesuai kebutuhan promosi digital. Kegiatan ini juga mendorong kemandirian pelaku UMKM dalam membuat konten pemasaran melalui media sosial dan katalog digital. Meskipun demikian, evaluasi masih terbatas pada keterampilan fotografi dan kualitas hasil foto sehingga belum dapat menggambarkan dampak langsung terhadap peningkatan penjualan. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan dalam pengembangan pemasaran digital agar keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan untuk mendukung perkembangan usaha mikro.

DAFTAR PUSTAKA

Agung, I. G., & Swatama, A. (2022). *SmartPhone yang dimediasi oleh sikap (Studi Pada Konsumen Pengguna Iphone di Kabupaten Gianyar) Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali-Indonesia ABSTRAK I Gede Agung Adi Swatama , Peran Gaya Hidup ... Perkembangan media komunikasi di Indonesia saat*. *11*(6), 1231–1254.

Anak Agung Nyoman Sri Wahyuni, & Anak Agung Ketut Sri Candrawati. (2023). Peran Pkk Dalam Perberdayaan Masyarakat Di Desa Marga Dauh Puri Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan. *Bina Cipta*, *2*(1), 41–52. https://doi.org/10.46837/binacipta.v2i1.17

Ayesha, I., Amaliyah, I. W. A. P. S. H., Yusnanto, N. I. E. T., Firdaus, N. D. M. S. D. R. D. U. A., Fitriana, M. M., & Egim, N. A. S. (2022). *Digital Markting (Tinjauan Konseptual)*.

Azzaakiyyah, H. K., Novianti, R., & Santosa, S. (2024). Promotional Strategies for MSMEs through Social Media to Boost Sales During the New Year : Implications for Community Welfare Strategi Promosi UMKM Melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan di Momen Tahun Baru : Implikasi terhadap Kesejahteraan Ma. *Jurnal …*, *1*(4), 251–260. https://journal.literasisainsnusantara.com/index.php/tirakat/article/view/246%0Ahttps://journal.literasisainsnusantara.com/index.php/tirakat/article/download/246/227

Bahtera, N. T., Salam, M. D., & Prassetyo, S. (2025). PEMBERDAYAAN UMKM SIDOARJO: PROMOSI DIGITAL DENGAN CANVA, CAPCUT, DAN STRATEGI BRANDING. *Jurnal Abdi Insani*, *12*(6), 2719–2727. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i6.2530

Fienda, T. E., Fajar Agung Pangestu, Endraswari, P. M., Novaldi, R. A., & Prasetyo, Z. B. (2025). PELATIHAN PENGEMBANGAN KETERAMPILAN WIRAUSAHA DIGITAL BAGI SISWA SMA: STUDI KASUS SMA N 1 MUNTOK, KABUPATEN BANGKA BARAT. *Jurnal Abdi Insani*, *12*(10), 5069–5079. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.2935

Harini, A. S. H. S. D. (2022). Keefektifan Pengelolaan Dan Kontribusi Bank Sampah Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Empiris Pada Bank Sampah Santun Asri Desa

Pesantunan, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes). *Jurnal Kewarganegaraan*, *6*(3), 5441–5452.

Haryanto, A. T. (2007). UPAYA MENCIPTAKAN BIROKRASI YANG EFISIEN, INOVATIF, RESPONSIF DAN AKUNTABEL. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *7*(2), 160–171.

Indria Guntarayana1 Ferida Asih Wiludjeng2. (2023). PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN PENYULUHANPEMASARAN DIGITAL(PADA PENJUAL BUNGA (FLORIST) KABUPATEN BLITAR". *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, *3*(11). https://doi.org/10.62281

Kusumawati, K., Priambodo, A., Hendradi, P., Panjaitan, B., Bahat nauli, S., & Budi Santoso, T. (2023). Pelatihan Aplikasi Komputer Microsoft Office Kader Pkk Kelurahan Grogol Selatan, Kebayoran Lama. *Jurnal Sinergi*, *1*(01), 15–30. https://doi.org/10.59134/sinergi.v1i01.264

Maharani, W., Daniati, T., Zuaeni, N. N., Salsabila, Z., & Yulianti, Y. A. (2025). Digitalisasi Administrasi Desa : Pelatihan Microsoft Word untuk PKK Desa Ciheulang. *COSECANT: Community Service and Engagement Seminar*, *4*(2), 219–224.

Nalendra, A. R. A., Winarno, S. H., Priadi, A., Hermawan, E., Purnomo, M. W., & Putra, A. S. (2021). The Effect OfGoods Prices And Buyer Trust On The E-Commerce Sales System For Purchasing Goods Online. *International Journal of Science, Technology & Management*, *2*(3), 561–567.

Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaraan. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *3*(1), 15. https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647

Rahmadhani, W., Johariyah, J., & Anggoro, W. B. (2025). Pelatihan Digital Marketing dan Content Creator sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi pada Tim Penggerak PKK si Desa Watuagung, Tambak. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, *8*(10), 4945–4953. https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i10.22303

Rangga, A., Nalendra, A., Priadi, A., Widianingrum, E., & Supriyanto, I. (2023). PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA KELOMPOK PKK RW KELURAHAN CIBUBUR KOTA JAKARTA TIMUR. *Communnity Development Journal*, *4*(5).

Rukayah. (2012). Analisa Dampak Ekonomi Bank Sampah Masyarakat Terhadap Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat Di Kota Malang. *Bidang Penelitian Dan Pengembangan Kota Malang*, 253–266.