

# PELATIHAN FOTO PRODUK UNTUK PENJUALAN DI MARKETPLACE PADA SMK YMIK

Oleh:

**Abdul Hakim Santoso<sup>1</sup>**

*Desain Produk, Fakultas Desain Seni dan Kreatif  
Universitas Mercu Buana*

**Udhi Marsudi<sup>2</sup>**

*Desain Produk, Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana*

[Abdul\\_hakim@mercubuana.ac.id](mailto:Abdul_hakim@mercubuana.ac.id)<sup>1</sup>, [udhimarsudi@mercubuana.ac.id](mailto:udhimarsudi@mercubuana.ac.id)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

SMK YMIK merupakan sekolah menengah kejuruan atau yayasan yang memajukan ilmu dan kebudayaan. Pada saat ini siswa binaan YMIK masih belum memiliki *basic knowledge* tentang Fotografi Produk untuk *Marketplace* untuk bekal sebagai entrepreneur atau menjalankan usaha kecil (UKM) yang mungkin nanti akan bermanfaat bagi kemajuan dan kemandirian dari lulusan SMK YMIK. Karena itulah pengabdian masyarakat ini dimaksudkan untuk memberikan kesadaran pentingnya pemahaman dan kemampuan untuk membuat Fotografi Produk untuk *Marketplace*, sebagai media identitas dan promosi saat menjalankan usaha atau bisnis. Pengabdian masyarakat ini akan berfokus kepada penyampaian materi mengenai Fotografi Produk dan pelatihan siswa pembuatan Fotografi Produk, guna memberikan pemahaman dan kemampuan dalam aspek aspek yang terdapat dalam Fotografi Produk kepada para siswa YMIK. Batasan pelatihan adalah membuat Fotografi Produk untuk *Marketplace*.

**Kata Kunci:** *Fotografi Produk, Marketplace, Pelatihan.*

## ABSTRACT

SMK YMIK is a vocational high school or foundation that advances science and culture. At this time, YMIK fostered students still do not have basic knowledge about Product Photography for the Marketplace to equip them as entrepreneurs or run small businesses (SMEs) which may later be useful for the progress and independence of YMIK SMK graduates. That's why this community service is intended to provide awareness of the importance of understanding and ability to make Product Photography for the Marketplace, as a medium of identity and promotion when running a business or business. This community service will focus on delivering material on Product Photography and training students to make Product Photography, in order to provide YMIK students with understanding and skills in the aspects contained in Product Photography. The training limitation is creating Product Photography for Marketplace. **Keywords:** *Training, Product Photography, Marketplace,*

**Keywords:** *Training, Product Photography, Marketplace.*

**Copyright © 2023 Universitas Mercu Buana. All right reserved**

*Received: November 9<sup>th</sup>, 2022*

*Accepted: Desember 5<sup>th</sup>, 2022*

---

## A. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya dunia digital dan teknologi informasi maka cara hidup manusiapun berubah dengan seiringnya waktu dan kebutuhan manusia juga berubah-ubah dengan situasi dan

kondisi yang ada. Semenjak adanya pandemi covid 19 masyarakat berubah aktifitasnya yang dimana sebelumnya belanja dilakukan secara offline yang dimana konsumen datang ke pusat perbelanjaan seperti mall ataupun supermarket untuk membeli kebutuhan pribadi ataupun sekedar untuk jalan-jalan melihat suasana dimall.

Banyak pelaku usaha yang sebelumnya memiliki toko offline akhirnya harus menutup toko mereka dikarenakan status pandemi yang dimana memberikan beban operasional kepada pemilik usaha, sehingga para pelaku usaha akhirnya harus beradaptasi untuk bisa bertahan dari situasi pandemi covid 19 ini yang merubah cara pola hidup manusia kearah digital semua dilakukan secara digital karena banyak aktifitas yang dibatasi untuk mencegah pandemic covid ini, sehingga cara orang belanjapun akhirnya berubah. Disini adalah peluang bagi para pelaku usaha untuk dapat meningkatkan omset mereka dengan cara online dan juga para pelaku usaha baru yang memiliki keterbatasan modal baik itu uang, barang dan tempat maka salah satu solusinya adalah online.

Untuk menjadi seorang entrepreneurship bisa diawali saat masih duduk dibangku sekolah saat ini, karena semua bisa dilakukan dengan menggunakan teknologi salah satunya adalah telepon selular pintar yang dimana saat ini semua perusahaan *marketplace* berlomba-lomba memperbaiki aplikasi diselular dikarena hampir setiap waktu orang pasti membuka media social, ataupun marketplace ada yang sekedar melihat-lihat ada yang pasti sedang berbelanja untuk kebutuhan pribadi, bahkan *marketplace* sendiri ada istilah dropship. Dropship sendiri adalah dimana seorang penjual barang tanpa harus perlu memiliki barang akan tetapi dapat menjual barang orang lain dengan bekerja sama dengan supplier dimana barang tersebut tersedia, dropship sendiri bukan hal yang baru didunia marketplace.

Bagaimana sebuah produk dapat menarik pembeli saat melihat barang yang dijual, disini adalah sebuah masalah yang dimana fotografi produk sebagai salah solusinya, fotografi produk dengan menggunakan *smartphone* yang dimana *smartphone* sudah sangat berkembang teknooginya sehingga kebutuhan untuk foto produk bisa diatasi dengan mudah karena kecanggihhan *smartphone* itu sendiri dan juga didukung dengan keilmuan fotografi yang baik maka hasil foto yang dihasilkan juga dapat dimaksimalkan hanya dengan menggunakan sebuah kamera *smartphone*.

Servananda et al. (2019) melakukan penelitian foto produk yang ditampilkan berpengaruh postifi terhadap minat beli konsumen pria dan wanita pada *marketplace* shopee maka semakin orang berminat membeli produk tersebut.

Foto produk yang baik dengan pencahayaan yang maksimal akan menambah nilai jual dari produk yang ditawarkan. Sebaliknya jika foto produk yang dipaparkan terlihat sederhana, minim pencahayaan, serta produk kurang diunggulkan maka juga akan mengurangi atensi konsumen untuk melakukan pembelian.

Permasalahan

SMK YMIK merupakan sekolah menengah kejuruan atau yayasan yang memajukan ilmu dan kebudayaan, berawal dari adanya kesadaran dari sejumlah orang-orang terkemuka pasca kemerdekaan Indonesia, bahwa berjuang dalam pendidikan nasional merupakan bagian yang integral dari perjuangan merebut dan menegakkan serta mengisi kemerdekaan itu sendiri.

Untuk mewujudkan kesadaran ini maka dibentuklah Perkumpulan Memajukan Ilmu dan Kebudayaan (PMIK) pada tahun 1946 yang diketuai oleh Mr. Sutan Takdir Alisjahbana, yang sekarang sudah di rubah menjadi YMIK Yayasan Memajukan Ilmu dan Kebudayaan.

YMIK selalu melakukan *Benchmarking* setiap tahun untuk memastikan peserta didik memiliki pengetahuan yang luas dan mampu bersaing secara global, oleh sebab itu kemampuan dasar entrepreneur dan kemandirian sangat penting untuk di berikan kepada para siswa.

Pada saat ini siswa binaan YMIK masih belum memiliki *basic knowledge* tentang Fotografi Produk untuk bekal sebagai entrepreneur atau menjalankan usaha kecil (UKM) yang mungkin nanti akan bermanfaat bagi kemajuan dan kemandirian dari lulusan SMK YMIK. Karena itulah pengabdian masyarakat ini di maksudkan untuk memberikan kesadaran pentingnya pemahaman dan kemampuan untuk fotografi produk, sebagai media identitas dan promosi saat menjalankan usaha atau bisnis.

Pengabdian kepada Masyarakat ini akan berfokus kepada penyampaian materi mengenai fotografi produk untuk *marketplace* dan pelatihan siswa dalam membuat fotografi produk guna memberikan pemahaman dan kemampuan dalam aspek aspek yang terdapat dalam fotografi produk kepada para siswa YMIK. Batasan pelatihan adalah membuat fotografi produk dengan smartphone di *marketplace*.

**B. METODE**

| TAHAP             | KEGIATAN   | METODE  |
|-------------------|--|---|
| <b>PENGARAHAN</b> | Kordinasi Dengan Mitra<br>Penyusunan Materi  | Pengertian fotografi produk untuk penjualan di <i>marketplace</i><br>-Prinsip fotografi produk<br>Proses pembuatan fotografi produk dan persiapan peralatan untuk foto produk                   |
| <b>PRAKTIK</b>    | Pemberian teori tentang pemahaman dan Teknik dalam Fotografi Produk Untuk <i>Marketplace</i> | Pelatihan fotografi produk terdiri atas dua bagian antara lain:<br>Pengarahaan:<br>Pengarahaan dilakukan yaitu memberikan gambaran umum tentang: Fotografi produk <i>marketplace</i><br>Praktik |

|                   |  |   |
|-------------------|--|---|
|                   |  | <p>Pasktik dilakukan dengan tahap sebagai berikut:</p> <p>Membedah alat tapa saja yang digunakan yang ada dirumah</p> <p>Mengamati <i>structure</i> fotografi produk dan <i>interface</i> foto produk-nya.</p> <p>Melakukan perancangan ulang dengan fotografi produk yang sama</p> |
| <b>QUESTIONER</b> |  | <p>diberikan diakhir kegiatan guna mengetahui apakah materi bisa pahami dengan baik dan untuk mengetahui kritak dan saran atas angkaian acara yang diselenggarakan.</p>   |

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi yang diberikan berupa penjelasan dan pemutaran video praktik membuat fotografi produk untuk penjualan di *marketplace*



Gambar. 1 Video Fotografi Produk Untuk *Marketplace*

Pada video ini dijelaskan pengertian fotografi produk untuk penjualan di *marketplace* adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, vidual dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.

Umumnya tujuan fotografi produk adalah khusus untuk masing-masing produk atau merek tertentu. Foto produk bisa diarahkan untuk:

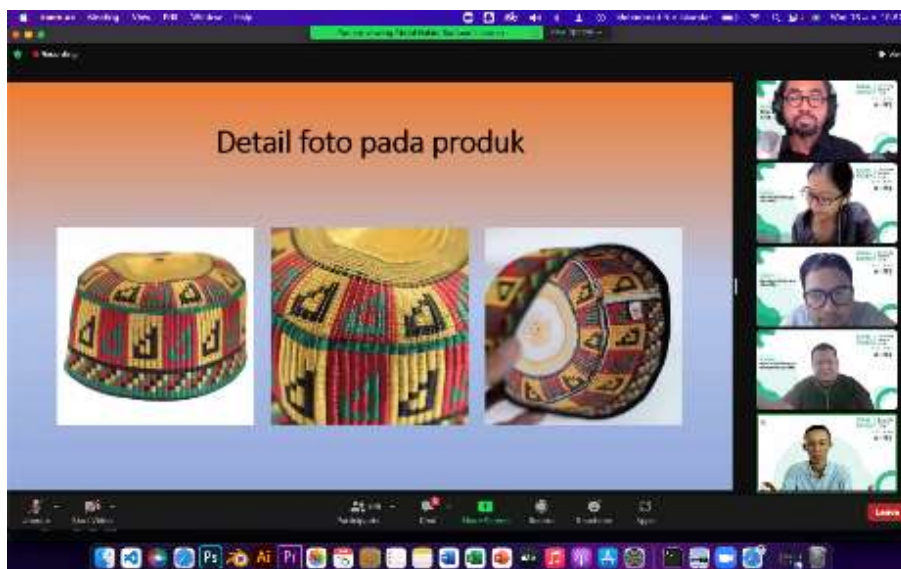
- a) Menampilkan visual produk
- b) Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk
- c) Memperkuat perbedaan antara foto produk dengan pesaing
- d) Mengembangkan visual sesuai dengan kebutuhan foto produk
- e) Mengembangkan kebutuhan foto produk sesuai dengan produk yang akan difoto



Gambar. 2 Lighting untuk foto produk

Daya tarik elemen desain adalah berdasarkan:

- 1) Prinsip dasar fotografi + tujuan pemasaran yang jelas perhatian utama dengan efektif di *marketplace*.
- 2) Fotografi produk yang bisa melayani target pasar yang dituju haruslah:
  - a. Sesuai dengan kebutuhan pasar
  - b. Foto produk yang dapat memvisualkan produk secara jelas
  - c. Logis secara visual
  - d. Dirancang secara kompetitif



Gambar. 3 Hasil foto produk untuk kebutuhan penjualan di *Marketplace*

- 3) Empat penarik perhatian utama foto produk:
  - a. Warna
  - b. pencahayaan pada produk

- c. detail produk
- d. komposisi foto produk

## **D. KESIMPULAN DAN SARAN**

### Kesimpulan

Foto produk harus berfungsi sebagai sarana estetika untuk berkomunikasi dengan semua orang dari berbagai latar belakang, minat dan pekerjaan yang berbeda, karena itu pelatihan ini berguna untuk siapa saja atau khususnya siswa/I SMK YMIK jika kelak tertarik menggeluti bisnis kreatif yang dapat berguna dalam memberikan kontribusi pada diri sendiri dan juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain.

### Saran

Banyak hal mengenai foto produk yang tidak cukup hanya di pelajari dalam satu hari. Pelatihan yang berkesinambungan akan memberikan manfaat lebih nyata bagi peserta. Kami menyadari sepenuhnya akan kekurangan yang ada pada pelatihan ini, semoga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berikutnya akan lebih baik lagi.

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Adams, A. (2004). *The National Park Service Photographs*. New York: Abbeville Press.
- Bourne, S. (2011). *Essays on Inspiration, Creativity & Vision in Photography*. United Kingdom: Bourne Media Group LLC.
- Gauthier, K. (2019). "Five Easy Steps to Shoot in Manual". Retrieved from Studocu: <https://www.studocu.com/pt/document/instituto-politecnico-de-braganca/laboratorio-digital/five-easy-steps-to-shoot-in-manual/17708424>
- Kim, E. (2015). *Street Photography: 50 Ways to Capture Better Shots of Ordinary Life*. Swedish: DEXT.
- Munir, M. F., Saroh, S., & Krisdi, D. (2019). Pengaruh Foto dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *JIGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, Vol. 8 (3), 177-183.
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, Vol. 2 (2), 205-211.
- Servanda, I. R., Sari, P. R., & Ananda, N. A. (2019). Peran Ulasan Produk dan Foto Produk yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria dan Wanita. *JMB (Jurnal Manajemen dan Bisnis)*, Vol.2 (2), 69-79.
- Solihin, S. R. (2021). *Foto Produk Keren Cuman Pakai Hp*. Bandung: CV Raws Syndicate.