



Inovasi Digital: Implementasi Mini Photobox sebagai Alat Pemasaran Kreatif untuk UMKM

Digital Innovation: Implementation of Mini Photobox as a Creative Marketing Tool for UMKM

Oktaviani Arcici Hadir^{1*}, Maharani Ikaningtyas²

¹⁻²Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Kota Surabaya, Indonesia

Email: hadirarcici99@gmail.com¹, maharani.i.adbis@upnjatim.ac.id²

Korespondensi penulis: hadirarcici99@gmail.com *

Article History:

Received: Juni 12, 2024;

Revised: Juli 19, 2024;

Accepted: Agustus 09, 2024;

Published: Agustus 12, 2024;

Keywords: Digital Innovation, Marketing, Mini Photobox

Abstract. In the digital era, consumers increasingly rely on the internet to buy products or search for information. Therefore, MSME that do not utilize digital technology may miss the opportunity to expand their markets and increase their competitiveness. One of the main challenges faced by MSMEs is the quality of product photos. A mini photobox is a device or tool specifically designed to help MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) take photos of their products with high quality results. By using a mini photobox, product photos become brighter, the details clearer, and the colors more accurate. Mini photoboxes help help products stand out more in photos and make them easier to edit or crop for marketing purposes.

Absrak

Dalam era digital seperti sekarang, konsumen semakin bergantung pada internet untuk membeli produk atau mencari informasi. Oleh karena itu, UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi digital dapat kehilangan kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah kualitas foto produknya. Mini photobox adalah sebuah perangkat atau alat yang dirancang khusus untuk membantu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dalam mengambil foto produk mereka dengan hasil yang berkualitas tinggi. Dengan menggunakan mini photobox, foto produk menjadi lebih terang, detail yang lebih jelas, dan warna yang lebih akurat. Mini photobox membantu membantu produk menjadi lebih menonjol dalam foto dan memudahkan untuk diedit atau dipotong untuk keperluan pemasaran.

Kata Kunci: Inovasi Digital, Pemasaran, Mini Photobox

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital, konsumen semakin bergantung pada internet untuk membeli produk atau mencari informasi. UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi digital bisa kehilangan kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Digital marketing adalah strategi untuk memasarkan produk melalui media digital, baik internet maupun jaringan lainnya yang terhubung. Menurut Chakti (2022:31) menyatakan bahwa pengertian pemasaran digital melalui sosial media merupakan sebuah platform internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Pemasaran digital dinilai lebih

mudah, terjangkau, efektif dan efisien dengan umpan balik instan melalui proses interaktif. Namun, tantangan keterampilan SDM masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah kualitas foto produknya. Salah satu fungsi dari fotografi adalah meningkatkan penjualan, yang diimplementasikan oleh fotografi produk. Foto produk sendiri merupakan salah satu senjata utama bagi para brand UKM untuk berjualan di toko online, media sosial, atau marketplace. Umumnya suatu foto memiliki filosofi dan konsep tertentu yang dapat menjadi pembeda dengan brand lain (Rohmah & Setyowati, 2022). Fotografi dapat menimbulkan daya tarik yang dapat dengan cepat ditangkap oleh indera penglihatan, tanpa harus melelahkan pikiran, sehingga khalayak dapat langsung mengerti isi pesan yang hendak disampaikan. Selain itu, fotografi juga merupakan penjelasan secara global atas karakteristik dari produk yang akan dijual dan merupakan penghubung antara isi dan bentuk visual, karena fotografi mempunyai sifat menggambarkan sebenarnya dari suatu obyek (Merliyana, 2021).

Berkaca dari permasalahan-permasalahan diatas, mahasiswa Kelompok 5 KKNT MBKM 2024 UPN “Veteran” Jawa Timur” membantu pemasaran dengan menggunakan Mini Photobox. Ini ditujukan untuk UMKM Peyek Nizam di Desa Klagen, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, yang memproduksi peyek dengan 4 varian rasa: kacang, udang rebon, teri, dan kedelai. Sebelumnya, UMKM ini mengambil foto produk secara sederhana dengan pencahayaan dan teknik yang kurang memadai. Penerapan mini photobox diharapkan membuat foto produk lebih profesional, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memungkinkan calon konsumen melihat detail produk dengan jelas. Foto produk yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga meningkatkan konversi kunjungan ke situs web atau toko online menjadi penjualan

Mini photobox adalah alat untuk membantu UMKM mengambil foto produk berkualitas tinggi. Biasanya berupa kotak kecil dengan bahan pemantul cahaya dan pencahayaan LED yang merata. Dengan mini photobox, foto produk menjadi lebih terang, detail, dan warnanya akurat, sehingga produk lebih menonjol dalam foto dan mudah diedit untuk pemasaran. UMKM dapat mengambil foto kapan pun tanpa tergantung cuaca atau pencahayaan alami. Dengan menggunakan mini photobox, foto produk menjadi lebih terang, detail yang lebih jelas, dan warna yang lebih akurat. Mini photobox membantu membuat produk menjadi lebih menonjol dalam foto dan memudahkan untuk diedit atau dipotong untuk keperluan pemasaran. Dengan menggunakan mini photobox, UMKM dapat menghasilkan foto produk yang lebih profesional. Hal ini penting dalam menarik perhatian calon pelanggan, meningkatkan citra merek, dan meningkatkan daya tarik produk di platform online atau media

sosial. Dengan demikian, mini photobox tidak hanya membantu meningkatkan kualitas visual produk UMKM secara langsung dengan menciptakan foto-foto yang lebih menarik dan profesional, tetapi juga membantu membangun citra merek yang konsisten dan kuat di pasar yang semakin kompetitif secara digital. Pelatihan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam dokumentasi dan pengeditan foto produk untuk pemasaran online. Dengan dokumentasi foto yang baik, produk UMKM akan memiliki nilai publikasi yang tinggi. Dengan adanya pelatihan mini photobox untuk foto produk ini, diharapkan dapat membuat produk terlihat lebih profesional dalam foto-foto yang diambil. Ini penting karena kesan pertama yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini juga membantu calon konsumen melihat produk secara detail, termasuk fitur-fitur kecil yang mungkin tidak terlihat dengan jelas dalam foto-foto kasual. Foto produk yang baik dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Mini photobox membantu memastikan bahwa produk difoto dengan cara yang menarik, sehingga meningkatkan kemungkinan konversi dari kunjungan ke situs web atau toko online menjadi penjualan yang sebenarnya. Untuk meningkatkan kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam dokumentasi foto produk, serta untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengedit foto produk yang akan digunakan dalam Pemasaran Online, diharapkan UMKM dapat mempublikasikan produk foto dengan dokumentasi yang baik yang memiliki nilai publikasi tinggi.

2. METODE

Penelitian pelatihan ini menggunakan metode partisipatif yang mana ditujukan untuk UMKM Peyek Nizam di Desa Klagen, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Adapun beberapa tahapan-tahapan dari metode yang digunakan dalam pelatihan Mini Photibox ini adalah ini yaitu

1. Perencanaan

Dalam merencanakan program ini pertama-tama mahasiswa melakukan beberapa koordinasi dengan pelaku UMKM Peyek Nizam untuk memastikan program ini sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM, selanjutnya melakukan observasi dan memperkenalkan konsep dan pentingnya foto produk yang berkualitas dalam pemasaran digital dan menggali pemahaman peserta tentang kendala dan kebutuhan dalam fotografi produk.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan program ini adalah sebagai wujud kepedulian mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur kepada pelaku UMKM di Desa Klagen. Kegiatan pengambilan foto pada produk UMKM Peyek Nizam ini dilakukan pada tanggal 20 Juni 2024, yang dilakukan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur bersama dengan pelaku UMKM. Kegiatan ini mencakup bimbingan instruksi cara menggunakan Mini Photobox, menjelaskan komponen-komponen mini photobox dan Menjelaskan bagaimana foto produk yang berkualitas dapat digunakan dalam kampanye pemasaran digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Desa Klagen, Kec. Rejoso, Kabupaten Nganjuk masih begitu banyak pelaku UMKM yang belum memahami penerapan teknologi digital baru atau yang ditingkatkan untuk menciptakan atau memperbaiki produk, layanan, proses, atau model bisnis. Tidak sedikit juga pelaku UMKM yang belum memahami tentang alat pemasaran kreatif untuk UMKM sebaiknya mengenali beberapa strategi dan teknologi yang dapat membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan mereka secara signifikan. Seperti halnya di Desa Klagen masih begitu banyak pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan pemasaran digital dengan baik. Mini photobox adalah perangkat fotografi berukuran kecil yang didesain khusus untuk memotret produk-produk berukuran kecil hingga sedang. Alat ini terdiri dari sebuah kotak atau ruang tertutup dengan latar belakang netral (biasanya putih) dan dilengkapi dengan pencahayaan internal. UMKM Peyek Nizam merupakan salah satu UMKM yang terletak di Desa Klagen, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. UMKM ini bergerak dibidang makanan ringan dan sudah berdiri sejak tahun 2023. Pelaku usaha melakukan promosi hanya sebatas melalui status whatsapp dan dengan disertai foto peyek yang sederhana. Foto produk yang dihasilkan kurang menarik perhatian calon konsumen karena kualitasnya yang masih kurang bagus. Setelah ditelusuri lebih lanjut, ada beberapa faktor yang menyebabkan kualitas foto produk UMKM Peyek Nizam kurang bagus. Pada tanggal 20 Juni 2024 dilakukan kegiatan pengambilan foto pada produk UMKM Peyek Nizam oleh mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur bersama dengan pelaku UMKM. berikut adalah beberapa langkah-langkah merangkai mini photobox pada kegiatan sebagai berikut:

1. Persiapkan Mini Photobox: disini kami menggunakan mini photobox yang terdiri dari kardus yang dapat dibuka dan ditutup dan kardus yang harus dilengkapi dengan isolasi untuk mengurangi cahaya yang masuk dan memantulkan cahaya yang diinginkan.



Gambar 1. Mempersiapkan Mini Photobox, 2024

2. Atur Lampu: atur lampu LED untuk memantulkan cahaya yang diinginkan. Pastikan cahaya yang dihasilkan tidak terlalu terang atau terlalu gelap, sehingga foto yang dihasilkan tidak terlalu berkilau atau terlalu gelap.



Gambar 2. Mengatur Lampu LED 2024

3. Atur Kamera dan Pose: Atur kamera Anda untuk memotret objek yang ingin difoto. Pastikan objek berada di dalam kardus dan berpose dengan cara yang diinginkan. Anda dapat menggunakan aplikasi seperti Snapseed untuk mengedit foto yang dihasilkan.



Gambar 3. Mengatur Kamera dan Pose 2024

Setelah kami bantu untuk memfoto produk peyek menggunakan mini photobox, terlihat sekali perbedaan kualitas dari foto yang dihasilkan. Dapat dilihat pada hasil foto dibawah setelah menggunakan mini photobox, pencahayaan dapat diatur dengan lebih baik, sehingga dapat menghasilkan foto produk yang lebih jelas dan detail. Mini photobox yang kami gunakan sudah dilengkapi lampu LED yang terang sehingga dapat meningkatkan pencahayaan. Kemudian setelah menggunakan mini photobox, dapat menciptakan latar belakang yang bersih dan konsisten. Mini photobox dilengkapi dengan latar belakang yang bersih dan netral (hitam dan putih) yang membantu produk terlihat lebih menonjol. Berikut merupakan hasil gambar produk peyek UMKM Peyek Nizam sebelum dan setelah menggunakan mini photobox.



Gambar 5. Hasil foto produk sebelum menggunakan Mini Photobox , 2024



Gambar 6. Hasil Foto Produk Setelah Menggunakan Mini Photobox, 2024

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Konsumen semakin bergantung pada internet untuk membeli barang atau mendapatkan informasi di era digital seperti saat ini. Akibatnya, UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi digital berisiko kehilangan kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Pemasaran digital, juga dikenal sebagai pemasaran digital, adalah pendekatan atau upaya untuk memasarkan atau mempromosikan produk melalui berbagai jenis media digital,

tetapi tidak terbatas pada internet atau jaringan lainnya yang saling terhubung. Dengan umpan balik instan melalui proses interaktif, pemasaran digital dinilai lebih mudah, terjangkau, efektif, dan efisien. Namun demikian, masalah keterampilan SDM tetap menjadi hambatan yang harus diatasi.

Saran

UMKM harus memanfaatkan teknologi digital untuk tetap kompetitif dan mengembangkan pasar mereka. Pemasaran digital menawarkan berbagai keuntungan seperti kemudahan, keterjangkauan, efektivitas, dan efisiensi melalui umpan balik instan dan interaktivitas. Namun, untuk mengoptimalkan manfaat ini, UMKM perlu mengatasi hambatan keterampilan SDM dengan pelatihan dan pengembangan kapasitas yang tepat. Adopsi teknologi digital yang didukung oleh tenaga kerja yang terampil akan memungkinkan UMKM untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing mereka di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Chakti, A. G. R., & Saleh, N. (2022). Analisis pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui word of mouth pada usaha percetakan di Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal E-Business Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar*, 2(2), 34–47. <https://journal.itbmpolman.ac.id/index.php/e-business/article/view/38/41>
- Fadhilah, S. A. Z., & Tondang, I. S. (2023). Penerapan studio photo box untuk meningkatkan kualitas foto produk dalam pemasaran digital UMKM Kelurahan Semolowaru. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 67–76.
- Herlina, E., Sulaiman, E., Pratiwi, V. A., Permana, I. S., Pertiwi, W., & Saputra, A. (2022). Pelatihan mini studio photo box untuk meningkatkan kualitas foto produk dan daya jual produk UMKM. *SoCircle: Journal of Social Community Services*, 1(1), 20–25.
- Merliyana, M., Saefurahman, A., Burdah, A., Hendrawati, H., Chandra, R., Sulistyowati, S., & Syamsuar, G. (2021). Pelatihan fotografi produk untuk menambah keterampilan berpromosi. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 1(2), 96–103.