

Foto Produk UKM (Usaha Kecil Dan Menengah) Di Pasar Johar Selatan Kota Semarang

by Althof Nafis Zahran

Submission date: 14-Jun-2024 09:02AM (UTC+0700)

Submission ID: 2402119897

File name: KARUNIA_VOL_3_NO_2_JUNI_2024_Hal_130-136.docx (656.74K)

Word count: 1613

Character count: 10027



Foto Produk UKM (Usaha Kecil Dan Menengah)

Di Pasar Johar Selatan Kota Semarang

Althof Nafis Zahran ¹, Geget Praditia Aji ², Farrel Jeremy Hasyim ³, Alifina Khowash ⁴,
Dwi Pujiono ⁵

althofnz15@gmail.com¹, gegetpraditiaaji11@gmail.com², farreljeremy13@gmail.com³,
aljfkhowash03@gmail.com, dwipujiono32@gmail.com⁵.

Program Studi S1-Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi,
Universitas Semarang

Alamat : Jl. Soekarno Hatta, RT.7/RW.7, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa
Tengah 50196

Korespondensi Penulis : althofnz15@gmail.com

Article History:

Received: 11 April 2024

Accepted: 14 Juni 2024

Published: 30 Juni 2024

Keywords: Product Photos, SMEs,
Services, Devotion, South Johar
Market 3rd and 4th floors, Semarang
City

Abstract. In this digital era, product photos play a crucial role as the main tool to attract the attention of potential consumers. Community service in the form of product photography services emerged as a promising solution. This product photography service not only provides access to good quality product photos, but can also empower small and medium businesses to increase their presence in an increasingly competitive online market. This Community Service focuses on providing product photography services for Small and Medium Enterprises (UKM) located on the 3rd and 4th floors of South Johar Market, Semarang City. This service aims to provide photo services for products owned by various SMEs in Johar Market, such as food, handicrafts, shoes, batik cloth, etc. The results of this service include journal publications, training modules, documentation, press releases and final reports. It is hoped that this service can make a real contribution in strengthening the local business ecosystem and encouraging economic inclusion for all parties involved.

Abstrak. Di era digital ini, foto produk memegang peran krusial sebagai alat utama untuk menarik perhatian konsumen potensial. Pengabdian masyarakat dalam bentuk layanan jasa foto produk muncul sebagai solusi yang menjanjikan. Layanan jasa foto produk ini tidak hanya menyediakan akses terhadap kualitas foto produk yang baik, tetapi juga dapat memberdayakan bisnis kecil dan menengah untuk meningkatkan eksistensi mereka dalam pasar online yang semakin kompetitif. Pengabdian Masyarakat ini berfokus pada pemberian jasa foto produk untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang berada di Pasar Johar Selatan lantai 3 dan 4, Kota Semarang. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan jasa foto produk yang dimiliki oleh berbagai UKM yang ada di Pasar Johar tersebut seperti makanan, kerajinan tangan, sepatu, kain batik, dan lain-lain. Hasil pengabdian ini mencakup publikasi jurnal, modul pelatihan, dokumentasi, press release, dan laporan akhir. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat ekosistem bisnis lokal dan mendorong inklusi ekonomi bagi semua pihak yang terlibat.

Kata kunci : Foto Produk, UKM, Jasa, Pengabdian, Pasar Johar Selatan lantai 3 dan 4, Kota Semarang

*Althof Nafis Zahran, althofnz15@gmail.com

10

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Bila dilihat dari unit usahanya, telah cukup banyak sektor UMKM tumbuh dan berkembang dengan ragam usaha dan produksi yang berkontribusi besar bagi sektor ekonomi dan terhadap penciptaan lapangan kerja. Keberadaan UKM juga telah menjadi salah satu motor penggerak bagi pembangunan ekonomi bagi Masyarakat lokal.

Pertumbuhan jumlah UKM di Indonesia yang semakin massive, mau tidak mau mendorong para pelaku usaha untuk bisa lebih kreatif dan inovatif dalam Menyusun strategi pemasaran dalam menghadapi semakin ketatnya persaingan pasar. Globalisasi telah membawa perubahan dalam berbagai lini kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi. Seluruh masyarakat dunia mau tidak mau ikut dalam era ekonomi digital karena pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pemasaran produk UKM juga harus mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi melalui pemasaran berbasis online, sehingga bisa meningkatkan minat serta jumlah konsumen.

Untuk meningkatkan kemampuan pelaku UKM dalam memasarkan produknya melalui online, diperlukan foto produk untuk dipublikasikan sehingga calon konsumen mengetahui bentuk atau rupa produk yang ditawarkan. Maka dari itu, diperlukan kemampuan foto dan editing foto agar gambar produk dalam foto terlihat lebih menarik. Dengan demikian diharapkan foto-foto produk tersebut memiliki nilai komersial sekaligus menampilkan branding produk yang dipasarkan.

Sebagian besar pebisnis produk makanan dan minuman menggunakan jasa fotografer profesional dalam menghasilkan foto yang menarik. Namun, tidak semua pebisnis memiliki modal untuk menyewa jasa profesional tersebut, terutama pebisnis yang baru saja merintis usaha mereka. Sesungguhnya, proses pemotretan dapat dilakukan sendiri oleh pebisnis, meskipun hanya menggunakan kamera seadanya. Oleh sebab itu, pemahaman dan skill dasar tentang gambar yang menarik perlu dimiliki oleh pebisnis tersebut karena memiliki kontribusi dalam meningkatkan branding dari UKM. (Wong and Huang, 2019).

Permasalahan

Dengan semakin meningkatnya dan berkembangnya usaha makanan dan minuman yang memanfaatkan sistem penjualan online, maka kompetisi antara pemain dalam bisnis ini

juga semakin meningkat. Oleh sebab itu, penting bagi pemilik bisnis makanan dan minuman, terutama UKM untuk memiliki foto dan gambar produk mereka agar dapat digunakan sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan produk mereka.

Keterbatasan UKM dalam berbagai hal mengenai pengembangan branding melalui teknik food fotografi inilah yang kemudian menginisiasi kami untuk mengadakan pengabdian masyarakat dengan pembahasan jasa foto produk bagi UKM dalam meningkatkan branding khususnya pada UKM di Pasar Johar Selatan Lantai 3 dan 4. Pentingnya branding bagi produk UKM tidak hanya sebagai penunjang meningkatnya permintaan akan produk tetapi lebih kepada bertahannya produk disaat terpaan kondisi seperti pandemic yang belum lama ini dihadapi di Indonesia.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka kami memutuskan untuk mengadakan kegiatan yaitu “Jasa Foto Produk bagi UKM di Pasar Johar Selatan Lantai 3 dan 4”

Tujuan dan Manfaat

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu UKM di Pasar Johar Selatan supaya mereka dapat menarik pembeli dengan foto produk yang kita berikan. Dengan foto produk ini juga diharapkan dapat meningkatkan omset bagi para UKM yang ada. Karena dengan foto yang menarik dan kreatif dapat meningkatkan potensi pelanggan untuk melakukan pembelian. Sedangkan manfaat yang di peroleh bagi tim pelaksana adalah dapat menjadi pengalaman dan menjadi sarana realisasi apa yang di dapat dari Program Studi sehingga kedepannya mampu menjadi potensi pengembangan Kegiatan Pengabdian Masyarakat.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra UKM Pasar Johar Selatan dilakukan secara offline atau tatap muka. Metode pelaksanaan terdiri dari 3 tahap sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan.

Tahap ini dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan- permasalahan yang dihadapi oleh UKM Pasar Johar dan mengajukan perijinan kepada Koordinator Pasar Johar yang dibantu oleh perwakilan mahasiswa untuk melakukan kegiatan pengabdian

kepada komunitas UKM. Selanjutnya melakukan koordinasi antara ketua dengan anggota dalam mempersiapkan pelaksanaan pengabdian dengan mempersiapkan perlengkapan dan bahan yang dibutuhkan mengenai produk fotografi bagi UKM agar dapat meningkatkan branding produk. Pada tahap ini juga dilakukan pembagian tugas dan tanggung jawab bagi masing-masing anggota yang terlibat.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap eksekusi jasa foto produk yang menarik dan elegan hingga dapat meningkatkan branding produk. Eksekusi foto dilakukan 2 hari dengan cara melakukan foto produk bagi UKM makanan dan minuman pada hari pertama yang di laksanakan pada tanggal 5 Mei 2024 di Pasar Johar Selatan. Selanjutnya pada hari kedua tanggal 7 Mei 2024 dilanjutkan dengan foto produk bagi UKM kerajinan benda seperti batik, tas, handcraft, sepatu dan lain-lain di tempat yang sama.

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, komunitas UKM Pasar Johar Selatan diberikan soal evaluasi yang harus dikerjakan melalui pembagian kuesioner, untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan anggota UKM Pasar Johar Selatan dalam memahami foto produk yang mudah tetapi menarik setelah mengikuti kegiatan pengabdian serta sebagai evaluasi/tanggapan mitra terhadap kegiatan pengabdian kepada Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian ini diikuti oleh 25 peserta. Sebelum kegiatan dimulai, peserta diminta untuk mengerjakan pre test yang sudah di siapkan agar dapat mengetahui sejauh mana pengetahuan mereka tentang kewirausahaan. Berikut ini adalah hasil dari Pretest dan Posttest :

Tabel 1. Hasil Pretest dan Posttest

No	Kuesioner	Pretest	Posttest
1	Dibawah ini yang bukan ciri kerja keras?	3,7 %	74 %
2	Pekerjaan yang dapat diselesaikan dengan tepat Waktu?	48,1 %	59,2 %
3	Satu syarat menjadi wirausahawan yang sukses?	55,5%	62,9 %

FOTO PRODUK UKM (USAHA KECIL DAN MENENGAH)

DI PASAR JOHAR SELATAN KOTA SEMARANG

4	Yang bukan penyebab gagalnya pelaku bisnis?	48,1 %	66,6 %
5	Yang bukan sifat dari kewirausahaan?	59,2%	70,3 %
6	Yang bukan ciri dari kewirausahaan?	55,5%	77,7 %
7	Yang bukan faktor krisis ekonomi?	33,3 %	81,8 %

Dari data Pretest dan Posttest di atas, bisa di simpulkan bahwa peserta dapat memahami kewirausahaan setelah mengerjakan pretest. Soal 1 yang hanya (3%) dapat naik menjadi (74%) hal ini menunjukkan bahwa peserta memiliki tingkat kemampuan dan pemahaman terhadap kewirausahaan dengan cepat.



Para peserta dapat belajar dengan cepat dan tepat tentang apa itu kewirausahaan, sifat-sifat yang dimiliki kewirausahaan, ciri-ciri kewirausahaan, dan faktor-faktor kewirausahaan. Dapat dilihat dari persentase nilai posttest yang meningkat cukup pesat. Berikut ini adalah bukti dokumentasi saat kegiatan berlangsung :

Gambar 1. Pelaksanaan Foto Produk



Gambar 2 Hasil Foto Produk



Gambar 3 Foto Peserta Bersama dengan Dosen, Perwakilan BAPPEDA, dan Mahasiswa

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan adanya jasa foto produk, kedepannya UKM Pasar Johar Selatan akan lebih aware dan antusias untuk memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan. Karena UKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia maka sudah sewajarnya pelaku UKM mendapatkan banyak pendampingan dalam hal memajukan kemampuan dan eksistensi

diri guna mengembangkan usaha mereka. Foto produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan melalui standar foto yang tinggi. Seperti namanya, foto produk merupakan proses pemotretan produk agar terlihat lebih menarik dan fotogenik. Selain sebagai media promosi, foto produk juga digunakan untuk membranding produk dari pelaku UKM. Diharapkan dengan adanya pengabdian masyarakat mengenai foto produk kali ini dapat memberikan kontribusi yang maksimal bagi kemajuan komunitas UKM Pasar Johar Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

Raharja, S. U. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 108-123.

Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk UKM. SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 4(1), 430-436.

Kussanti, D. P., Fitriansyah, F., Harbet, P., & Atmaja, J. (2022). Pelatihan Teknik Food Fotografi dalam Meningkatkan Branding pada UMKM Prima Global Mart Bekasi. KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara, 2(4), 30-41.

Foto Produk UKM (Usaha Kecil Dan Menengah) Di Pasar Johar Selatan Kota Semarang

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournals.itda.ac.id Internet Source	3%
2	www.scilit.net Internet Source	2%
3	Asriyani Sagiyanto, Achmad Syahlani, Liliyana Liliyana, Ferrari Lancia. "Pelatihan Public Speaking Dengan Memanfaatkan Aplikasi Zoom Di Masa Pandemi Covid-19", Jurnal Abdimas Komunikasi dan Bahasa, 2021 Publication	2%
4	repository.ekuitas.ac.id Internet Source	2%
5	Gita Rakhmawati. "ANALISIS SWOT POTENSI SUNGAI KARANGAMPEL KIDUL DI KABUPATEN INDRAMAYU", Jurnal Teknik dan Science, 2024 Publication	2%
6	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	2%

7	Ayang Fitrianti Ayang, Ahmad Taufikurrohman. "Social Media Management of the MIK SEMAR Facebook Group as an Information Media for the People of Semarang City", Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2023 Publication	1 %
8	rumusbilangan.com Internet Source	1 %
9	bisnisukm.com Internet Source	1 %
10	repository.unair.ac.id Internet Source	1 %
11	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	1 %
12	ejournal.medistra.ac.id Internet Source	1 %
13	Qurota a'yun A'yun. "Strategi Pembelajaran Group Resume Keefetifannya Terhadap Motivasi Belajar Siswa Di SMP", EDU-BIO: Jurnal Pendidikan Biologi, 2023 Publication	1 %
14	id.123dok.com Internet Source	1 %
	ppjp.ulm.ac.id	

15

Internet Source

1 %

16

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Foto Produk UKM (Usaha Kecil Dan Menengah) Di Pasar Johar Selatan Kota Semarang

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
