

PELATIHAN FOTO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DAN MINAT KONSUMEN UMKM RUMAH BUMN BANDAR LAMPUNG

Product Photo Training to Improve Brand Image and Consumer Interest in Rumah BUMN Bandar Lampung

Hendri Dunan¹⁾, Andre Farquhar Barusman²⁾, Appin Purisky Redaputri³⁾, Muhammad Denu Poyo⁴⁾,

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

⁴Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bandar Lampung

Email: hendri.dunan@ubl.ac.id, andre@ubl.ac.id, appin@ubl.ac.id, denu@ubl.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu aktivitas ekonomi dimana usaha tersebut didirikan oleh sebagian besar pengusaha yang berada di Indonesia. Sejak pandemi Covid-19, terjadinya penurunan jumlah pelanggan pada UMKM, oleh sebab itu UMKM Rumah BUMN Bandar Lampung bertujuan untuk meningkatkan popularitas dengan menggunakan foto yang menarik sehingga menciptakan brand image guna menghadirkan daya tarik para pelanggan terhadap UMKM, kegiatan yang dilakukan adalah foto berbagai jenis produk lalu disebarluaskan ke media sosial.

Kata Kunci : brand image, UMKM, rumah BUMN, ekonomi, media sosial

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are an economic activity in which the majority of entrepreneurs in Indonesia are founded. Since the Covid-19 pandemic, there has been a decrease in the number of customers for MSME, therefore MSME Rumah BUMN Bandar Lampung aims to increase popularity by using attractive photos so as to create a brand image to present the attractiveness of customers to MSME, the activities carried out are photos of various types of products and then shared to social media.

Keywords: brand image, UMKM, BUMN house, economic, social media

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini terus bergerak mengikuti arus persaingan global, membuat setiap usaha baik mikro, kecil, menengah (UMKM) bahkan usaha besar berlomba-lomba menciptakan produk dan image yang baik. Salah satu cara untuk mewujudkannya dengan meningkatkan level UMKM dengan upgrading dan upscaling performa UMKM. Salah satu wadah yang memberikan berbagai pelatihan untuk UMKM dalam meningkatkan performanya adalah Rumah BUMN.

Rumah BUMN merupakan program dari Kementerian BUMN yang dikelola berbagai perusahaan BUMN. Di Rumah BUMN para pelaku UMKM dibimbing dan didampingi untuk menjawab tantangan terdepan dalam pengembangan usaha kecil dan menengah yang menjadi peningkatan kompetensi, peningkatan akses pemasaran serta kemudahan di dalam akses permodalan pada rangka membentuk ekosistem ekonomi digital melalui peningkatan kapasitas dan kapabilitas UMKM.

Di Rumah BUMN Bandar Lampung, salah satu upaya yang dilakukan adalah mengadakan pelatihan foto produk dan katalog. Kegiatan ini dilakukan selama lima hari dan dilakukan bersama dengan beberapa narasumber.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pelatihan Foto Produk bertujuan untuk meningkatkan brand Image dan minat para konsumen UMKM.. Rumah BUMN Bandar Lampung juga memiliki beberapa mitra yaitu Fashion dan Busana berjumlah 21 UMKM, Makanan dan Minuman berjumlah 523 UMKM, Craft berjumlah 84, Industri berjumlah 22 UMKM, Perdagangan berjumlah 347 UMKM, Pertanian berjumlah 14 UMKM, Peternakan berjumlah 9 UMKM, Perikanan berjumlah 5 UMKM, Jasa berjumlah 86 UMKM, dan lainnya berjumlah 84 UMKM. UMKM Kegiatan foto produk ini dilakukan selama 5 hari, pada hari senin tanggal 15 November 2021 diadakan pelatihan foto produk bersama narasumber kita yaitu M. Denu Poyo. Sementara sasaran dari pelatihan ini yaitu kalangan dewasa yang telah memiliki usaha atau sedang merintis usaha, sebagian besar dari mereka berstatus ibu rumah tangga.

Foto produk ini menggunakan metode tentang cara kita mengambil gambar berdasarkan produk yang akan difoto. Hal ini bertujuan agar kita sanggup untuk menjelaskan beberapa bentuk fisik serta fungsi dari produk itu sendiri. Selain itu, hal hal tersebut dapat membuat produk terkesan menarik dan peminat pun semakin banyak. Untuk yang berminat foto produk, pengelola Rumah BUMN akan membuat promosi foto produk dan Katalog bagi para UMKM yang berminat. berikut detail foto pelatihannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pendahuluan

Pada Tanggal 15 November 2021, diadakan Kegiatan Pelatihan Foto Produk. Melalui Pelatihan Foto Produk untuk meningkatkan brand Image dan minat konsumen UMKM Rumah BUMN Bandar Lampung, kegiatan yang dilakukan yaitu membuat katalog dan memfoto produk UMKM sehingga mitra merasa sangat terbantu. UMKM mampu melakukan foto produk sendiri dirumah dengan menggunakan peralatan seadanya, dengan adanya kegiatan ini bisa saling membantu baik dari UMKM maupun dari Rumah BUMN dan rumah BUMN selain dengan mengadakan pelatihan foto produk juga membuka unit bisnis.

Fotografi adalah media yang sangat menarik untuk dipakai dalam aktivitas promosi produk, yang mana dalam mempromosikan produk hal yang sangat difokuskan yaitu foto produk dengan menarik. Dengan demikian fotografi adalah salah satu daya tarik yang sangat cepat dilihat oleh indera penglihatan, sehingga dapat langsung paham dari isi pesan yang akan disampaikan, selanjutnya fotografi pula adalah uraian secara keseluruhan dan ciri produk berdasarkan dari produk yang akan dijual dan menjadi penghubung antara isi dan bentuk visual, lantaran fotografi memiliki karakter untuk mendeskripsikan sejujur-jujurnya dari suatu objek. Fotografi menjadi media promosi diartikan bahwa fotografi digunakan menjadi ilustrasi (menjelaskan, memvisualkan) dan dapat digunakan pada media apa saja, akan tetapi pada konteks ini fotografi digunakan dalam media cetak poster dengan dibantu oleh elemen-elemen grafis misalnya tipografi, warna dan bagian-bagian pendukung lainnya.

Untuk membentuk sebuah output karya yang memiliki hasil yang cemerlang atau menarik terdapat faktor yang saling mensupport, yaitu faktor pencahayaan, tanpa cahaya atau pencahayaan yang baik akan sangat sulit untuk menghasilkan sebuah karya yang bagus. Dan faktor kedua

merupakan fotografer. Fotografer yang mempunyai keahlian yang baik akan memastikan hasil dari kualitas foto yang bagus atau menarik. Ada berbagai macam teknik yang harus dimiliki dan paham oleh seorang fotografer diantaranya merupakan: Posture, yaitu posisi tubuh saat mengambil foto suatu produk. hal yang tidak diinginkan pada proses pengambilan gambar adalah adanya ketidakseimbangan yang dihasilkan oleh posisi tubuh yang tidak mendukung itu akan mempengaruhi hasil foto, Composition, merupakan cara meletakkan objek foto sehingga dapat mendapatkan sebuah karya yang dapat ‘bercerita’ dan dapat disenangi oleh semua kalangan. Faktor ketiga merupakan kamera, tidak adanya kamera proses fotografi pun tidak terjadi. Kamera merupakan indra utama pada kegiatan fotografi. Dan faktor yang terakhir merupakan faktor pendukung seperti lensa cadangan, alat bantu cahaya (lampu flash kamera), tripod, reflektor dan lain-lainnya (Purwanto & Veranita, 2018).

Realisasi Kegiatan Abdimas

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 15 November 2021. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan *brand image* melalui berbagai kegiatan yang dilakukan, contohnya kegiatan yang dilakukan saat ini yaitu pelatihan foto produk dan katalog bersama narasumber yang berlangsung selama lima hari.

Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini yaitu mendapatkan foto produk yang baik untuk meningkatkan *brand image* dan minat konsumen UMKM Rumah BUMN. Selain itu, hasil ini dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut. Selain itu juga, dengan adanya pelatihan foto produk mitra sangat terbantu untuk menaikkan *brand image* mitra.



Gambar 1.
Foto bersama kegiatan pelatihan

Gambar di atas merupakan foto bersama setelah melaksanakan kegiatan pelatihan foto produk bersama narasumber.

• Pekan Foto Produk dan Katalog



Gambar 2.
Katalog umkm tirta



Gambar 3.
Foto produk tirta

Gambar 2 dan 3 di atas merupakan hasil dari foto produk dan katalog yang dilakukan oleh tim studio mini Rumah BUMN, produk tersebut dari Mitra UMKM yang bernama TokoTirta.id. Dalam gambar tersebut TokoTirta.id menjual berbagai macam jajanan pasar yang mungkin jarang orang tau dan itu adalah hal yang bagus dengan mengikuti pelatihan foto produk dan dapat menarik minat konsumen sesuai dengan visi pada TokoTirta.id. yaitu melestarikan jajanan pasar khas Indonesia.

- Foto produk dan Katalog



Gambar 4.
Katalog umkm sr kopi



Gambar 5.
Foto produk umkm sr kopi

Gambar 4 dan 5 di atas merupakan hasil dari foto produk dan katalog yang dilakukan oleh tim studio mini Rumah BUMN, produk tersebut dari Mitra UMKM yang bernama Kopi SR Lampung. Dalam Kopi SR Lampung juga tidak hanya menjual minuman jadi kopi khas lampung saja tetapi lengkap dengan biji kopi pilihan yang sudah diproses, supaya siap dipakai atau dapat disimpan dalam waktu yang lama. Kopi SR Lampung juga memiliki sosial media instagram atau nomor WA supaya konsumen bisa mudah berdiskusi dengan pemilik dari Kopi SR Lampung tersebut. Alamat dari Kopi SR Lampung sendiri berada di Jl. barokah no.36 waydadi sukarama bandar Lampung

- Foto produk dan katalog



Gambar 6.
Katalog umkm ulie arrjev



Gambar 7.
Foto produk umkm ulie arrjev

Gambar 6 dan 7 di atas merupakan hasil dari foto produk dan katalog yang dilakukan oleh tim studio mini Rumah BUMN, produk tersebut dari Mitra UMKM yang bernama Ulue Arrjev. Ulue Arrjev menjual sambel papoer dengan memiliki rasa ciri khas yang mereka miliki dan tidak hanya menjual sambel papoer Ulue Arrjev juga menjual minuman sirup herbal dengan rasa jeruk. Lokasi dari Ulue Arrjev berada di Jl. Pagar Alam Griya Sejahtera Pubian 2 No.40 Kelurahan Gunung terang langkapura Bandar Lampung

- Foto produk dan katalog



Gambar 8.
Katalog umkm binhood



Gambar 9.
Foto produk umkm binhood

Gambar 8 dan 9 di atas merupakan hasil dari foto produk dan katalog yang dilakukan oleh tim studio mini Rumah BUMN, produk tersebut dari Mitra UMKM yang bernama Binhood. Binhood adalah sebuah UMKM yang memproduksi cabai giling dan bumbu dasar kuning. Dalam cabai giling sendiri memiliki keunggulan dengan tidak menggunakan pengawet dan ragi tambahan jadi produk dari binhood tersebut bebas dari pengawet dan seperti yang kita tahu bahwa menggunakan pengawet dalam makanan dapat mempengaruhi kesehatan kita

• Foto produk dan katalog



Gambar 10.
Katalog umkm es pisang ijo daeng yuni



Gambar 11.
Foto produk umkm es pisang ijo daeng yuni



Gambar 12.
Foto produk umkm es pisang ijo daeng yuni

Gambar 10,11 dan 12 di atas merupakan hasil dari foto produk dan katalog yang dilakukan oleh tim studio mini Rumah BUMN, produk tersebut dari Mitra UMKM yang bernama Daeng Yuni Es Pisang Ijo. Banyak sekali makanan khas makassar yang enak dan lezat dan di Daeng Yuni Es Pisang Ijo menjual berbagai macam makanan Khas Makassar dengan harga yang terjangkau agar dapat dinikmati oleh semua kalangan salah satunya yaitu es pisang ijo. Daeng yuni es pisang ijo memiliki sosial media dan no whatsapp supaya konsumen dapat melihat dan bertanya banyak hal tentang makanan Khas Makassar. Alamatnya berada di Jl. Imam Bonjol Langkapura Bandar Lampung. Fotografi produk adalah salah satu senjata primer untuk memperlancar UMKM buat berbisnis pada toko online, media sosial dan lain-lain. Karena, untuk mampu bersaing dalam bisnis online, tiap UMKM harus memiliki ciri khas dari UMKM yang lain. Apabila suatu merek tidak memiliki ciri khas atau foto produk yang spesial itu dapat membuat pembeli tidak terdorong untuk membeli produk tersebut, sebagai akibatnya ditakutkan penjual tersebut akan mengalami rugi dan bangkrut.

Maka dengan menggunakan foto produk yang menarik dapat mengubah pandangan pembeli kepada produk yang dijual. Sebuah produk semestinya memiliki harga yang tinggi bisa membuat terlihat murah di pandangan pembeli karena memakai foto produk yang kurang bagus. Sebaliknya, menggunakan foto produk yang menarik dan bagus, pembeli bisa berasumsi bahwa produk itu memiliki harga yang mahal dan bermutu, sekalipun kenyataannya produk tersebut memiliki harga yang lebih murah.(Rizki Yantami Arumsari et al., 2021)

Berbagai macam teknik dalam foto produk memerlukan keahlian yang khusus, namun bisa dapat dipelajari dan dilatih, dengan memanfaatkan benda-benda dan peralatan yang mudah ditemui dimana saja

dan dipakai oleh pemilik merek, termasuk pelaku UMKM. Salah satu alat-alat yang mudah dipakai atau di temukan oleh pelaku UMKM untuk menghasilkan foto produk adalah *smartphone*. *Smartphone* dapat menghasilkan foto produk dengan baik asalkan menggunakan teknik yang sesuai, maka dari itu memanfaatkan alat-alat yang sederhana pun foto produk dapat dihasilkan dengan baik dan menarik, itulah mengapa Rumah BUMN mengadakan pelatihan atau membuka unit bisnis memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM untuk mampu menciptakan UMKM mereka lebih menarik konsumen dengan media yang terdapat di pelatihan.

KESIMPULAN

Pelatihan Foto Produk untuk meningkatkan *brand Image* dan minat konsumen UMKM Rumah BUMN berdampak bagi peserta pelatihan. Halini bisa dilihat dari banyaknya mitra yang hadir dan semangat mereka untuk mendapatkan hasil foto produk yang memuaskan. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan pelatihan ini seperti meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk yang dipasarkan dan *brand image* dari mitra. Dengan menggunakan publisitas melalui media fotografi, diinginkan akan menghasilkan pengaruh yang cukup besar pada penjualan produk-produk lantaran media fotografi adalah daya pikat yang bisa dapat dengan cepat dimengerti, sebagai akibatnya pembeli dapat cepat paham isi dari pesan yang akan disampaikan, selanjutnya Fotografi juga ialah uraian secara global atas ciri menurut produk yang akan dijual dan sebuah penghubung antara isi dan wujud visual, lantaran Fotografi mempunyai sifat memvisualkan secara asli dari suatu wujud atau objek.

SARAN

Memanfaatkan penggunaan media Fotografi melalui aplikasinya kepada sebagian Media Komunikasi Visual

contohnya seperti media cetak Poster dan Postcard dengan dibantu dengan persiapan sistem grafis yang sudah siap membuat sarana komunikasi bisnis dengan pembeli, adalah media yang efektif untuk menaikkan penghasilan. Aktivitas periklanan yang berniat menunjang promosi seharusnya dilakukan secara berkelanjutan supaya foto dapat terpositioning ke dalam pikiran konsumen dan informasi semakin tersebar luas yang secara tidak langsung akan meningkatkan ruang pasar untuk produk.(Harso Desain Komunikasi Visual Oleh & Sastra Dan Seni Rupa, 2002)

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David., et al. 2013. Marketing Research. Singapore : John & Sons
- Andreani, et al. 2012. "The Impact of Brand Image Towards Loyalty with Satisfactio as A Mediator in McDonald's."Jurnal Manajemen PETRA, Vol.14, No.1, h. 64-71,<http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/viewFile/18373/18198>. Diakses tanggal 20 Januari 2016.
- Andriadi, Akmal., dan Untarini, Nindria. 2013. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Citra Merek Telkom Flexi Terhadap Niat Beli Ulang. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 1, No. 2. <http://ejournal.unesa.ac.id/>.
- Chi, Hsinkuang., Yeh, Huery Ren., Tsai, Yi Ching. 2011. The Influences of Perceived Value on Consumer Purchase Intention: The Moderating Effect of Advertising Endorser. Journal of International Management Studies. <http://www.jimsjournal.org/13%20Yi%20Ching%20Tsai.pdf>. Diakses pada tanggal 3 Februari 2016.
- David, Aryo Dewanto, dan Fathur Rochman. 2014. Pengaruh Brand Image Terhadap Perceived Service Quality,

- Kepuasan, dan Loyalitas. Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol. 12, No. 4 h. 662-670.
- Dodds, William B., Monroe, Kent B., dan Grewal, Dhruv. 1991. Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing*. Vol. XXVIII, h. 307-319.
- Harso Desain Komunikasi Visual Oleh, D., & Sastra Dan Seni Rupa, F. (2002). *Fotografi Sebagai Elemen Promosi Produk Fashion Rory Wardana Konsep Tugas Akhir*.
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. In *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas* (Vol. 02, Issue 02).
- Rizki Yantami Arumsari, Wahyu Lukito, Diani Apsari, Mundiasari Nadhifah, & Fadhilah Salsabila. (2021). *Pelatihan Fotografi Produk Menggunakan Smartphone Untuk UMKM Kuliner di Kabupaten Bandung*. TELKOM UNIVERSITY.