



Implementasi fotografi produk dengan menggunakan kamera smartphone bagi pelaku UMKM

Intan Putri^{1*}, Dendi¹, Ahmad Iman Mulyadi², Adli¹, Diah Triesia¹

¹Universitas Sumatera Selatan, Palembang, Indonesia

²Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, Indonesia

*email Koresponden Penulis: intanputri@uss.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2024-04-25

Diterima: 2024-05-31

Diterbitkan: 2024-06-09



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2024 Penulis

ABSTRAK

Teknologi digital menjadi unsur utama terhadap pengembangan industri konvensional menuju industri digital sehingga mampu mentransfer data tanpa bantuan manusia serta dengan adanya big data agar mampu membantu dalam menentukan arah dalam bisnis. Perubahan-perubahan ini yang mengharuskan pelaku UMKM menguasai dengan baik sehingga mampu memasarkan produknya dengan baik dengan berbagai aplikasi yang akan digunakan nantinya. Hadirnya beragam platform belanja online (digital) menjadi pasar potensial bagi siapa saja khususnya pelaku UMKM untuk ikut berkecimpung sehingga dapat secara maksimal memasuki dunia digital tersebut. Hampir semua platform tersebut basisnya adalah internet, bahkan media sosial yang saat ini hampir digunakan masyarakat Indonesia dimanfaatkan untuk berjualan atau memasarkan produk, jasa dan layanan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Implementasi Fotografi Produk dengan Menggunakan Kamera Smartphone Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang merupakan bentuk sosialisasi dengan metode project based learning dalam pelatihan dan pendampingan yang diharapkan dapat berkontribusi dalam pengetahuan masyarakat dalam pemanfaatan Kamera Smartphone sebagai bentuk Implementasi Fotografi Produk yang bertujuan dapat meningkatkan pemasaran produk UMKM khususnya di Kota Palembang.

Kata Kunci: digital marketing; fotografi produk; UMKM

Cara mensitasi artikel:

Putri, I., Dendi, Mulyadi, A. I., Adli, & Triesia, D. (2024). Implementasi fotografi produk dengan menggunakan kamera smartphone bagi pelaku UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(2), 373-382. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i2.21843>

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis kelompok usaha yang memiliki peranan paling besar. Kemajuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga sejalan dengan perkembangan teknologi informasi komunikasi yang semakin kian berkembang pesat, yang mana salah satu kesuksesan bisnis adalah dari segi penunjang teknologi yang baik dan tepat sasaran. Dengan adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), lapangan kerja semakin bertambah, sehingga pengangguran otomatis berkurang. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bahkan dianggap berkontribusi paling besar terhadap penyerapan tenaga kerja dibandingkan sektor usaha besar lainnya.



Dalam perkembangannya hingga saat ini, Indonesia diperkirakan memiliki sekitar mencatat 19 juta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masuk ke ekosistem digital hingga Mei 2022. Jumlah ini masih kurang 11 juta dari target 30 juta UMKM *go digital* di 2024 (cnnindonesia.com). Angka itu tercatat paling banyak dibanding total unit usaha yang ada di seluruh nusantara.

Dewasa ini, dengan semakin meningkatnya jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia semakin signifikan terutama di tengah perkembangan teknologi komunikasi serta di masa pandemi Covid-19 beberapa tahun ini. Pemanfaatan internet terbukti membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada masa pandemi Covid-19. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di garis depan guncangan ekonomi selama pandemi Covid-19 terlebih ketika terjadi *lockdown*, telah menghentikan segala aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, terjadinya penurunan permintaan serta mengganggu rantai perekonomian di seluruh dunia. Dampak dari pandemi Covid-19, semakin berkurangnya interaksi antar manusia sehingga interaksi antara manusia dan teknologi sudah tidak dapat terelakkan lagi. Segala pemenuhan kebutuhan sehari-hari tersedia secara digital, di mulai dari jual beli, jasa, hingga transaksi pembayaran.

Di era *industry 4.0* perkembangan teknologi semakin pesat dan cepat evolusi yang terjadi dari penemuan di bidang teknologi maupun inovasi internet menyebabkan banyaknya perubahan. Berbagai macam aspek kehidupan manusia, seperti komunikasi maupun interaksi, juga mengalami perubahan yang tidak pernah diduga sebelumnya. Internet terhadap kehidupan bermasyarakat tentu saja memiliki dampak positif dan negatif. Dalam hal pemanfaatan internet agar memperoleh dampak positif seluas-luasnya tentu saja ini yang diharapkan. Misalnya saja bagaimana agar internet berfungsi sebagai media, mencari informasi dalam keperluan pekerjaan dan pendidikan serta berkomunikasi sehingga pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat, mudah dan murah.

Teknologi digital menjadi unsur utama terhadap pengembangan industri konvensional menuju industri digital sehingga mampu mentransfer data tanpa bantuan manusia serta dengan adanya big data agar mampu membantu dalam menentukan arah dalam bisnis. Perubahan-perubahan ini yang mengharuskan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menguasai dengan baik sehingga mampu memasarkan produknya dengan baik dengan berbagai aplikasi yang akan digunakan nantinya. Hadirnya beragam platform belanja *online* (digital) menjadi pasar potensial bagi siapa saja khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk ikut berkecimpung sehingga dapat secara maksimal memasuki dunia digital tersebut. Hampir semua platform tersebut basisnya adalah internet, bahkan media sosial yang saat ini hampir digunakan masyarakat Indonesia dimanfaatkan untuk berjualan atau memasarkan produk, jasa dan layanan.

Pemasaran melalui media sosial dan e-commerce ini harus adanya foto produk, karena foto produk salah satu bagian penting dari pemasaran online. Konsumen sekarang lebih suka membeli produk secara online, oleh karena itu

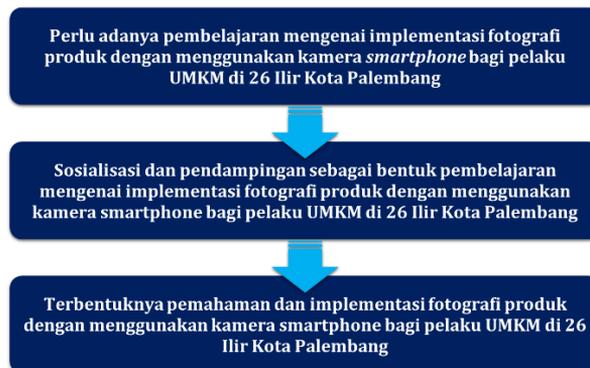
konsumen cuma mengetahui produk tersebut melalui foto-foto yang dipublikasikan di media sosial dan e-commerce. Sehingga konsumen tidak dapat melihat produk tersebut secara langsung. Foto produk adalah salah satu komponen penting dalam kegiatan promosi baik secara digital maupun konvensional, yang mana kegiatan tersebut membuat citra positif yang nantinya akan menggambarkan karakteristik produk UMKM. Dengan adanya foto produk yang baik bisa meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli produk. Adanya foto produk yang menarik juga bisa mempengaruhi minat seseorang untuk lebih dalam mengenali produk. Salah satu kunci memang ada difoto, sehingga pelaku UMKM harus memikirkan cara untuk menampilkan informasi melalui foto produk yang menarik dan berbeda dengan kompetitor lainnya.

Foto termasuk bagian dari branding produk, kemampuan branding tersebut dapat memperkenalkan produk ke konsumen melalui teknologi digital. Kebanyakan pelaku UMKM berfokus pada kegiatan produksi saja tanpa memikirkan sisi branding. Hal ini disebabkan karena ketidaktahuan pelaku UMKM tentang manfaat branding melalui teknologi digital. Pelaku UMKM belum memahami manfaat dari branding, karena pelaku UMKM masih menggunakan strategi marketing secara tradisional dengan membuka lapak di rumah sendiri. Untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM 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.

Tujuan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu: mensosialisasikan dan mendampingi implementasi fotografi produk dengan menggunakan kamera smartphone bagi pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang untuk meningkatkan pemasaran produk. Selanjutnya, manfaat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, antarlain: Pelaku UMKM di Kota Palembang mendapatkan tambahan pengetahuan bagaimana implementasi fotografi produk dengan menggunakan kamera smartphone untuk meningkatkan pemasaran produk.

METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu metode diskusi dan pendampingan. Pemilihan metode *Projects Based learning* dan diskusi yang tepat merupakan salah satu faktor tercapainya tujuan dari kegiatan pengabdian ini dapat berjalan efektif. Diskusi yang *fun* atau menyenangkan menjadi metode pelaksanaan yang tepat dengan sasaran pelaku UMKM dapat menangkap atau memahami materi mengenai implementasi fotografi produk dengan menggunakan kamera smartphone bagi pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang.



Gambar 1. Skema pemecahan masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan tatap muka menggunakan metode diskusi dan aktif *Projects Based learning* sebagai medianya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Implementasi Fotografi Produk dengan Menggunakan Kamera Smartphone Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang dilaksanakan pada hari Sabtu, 14 Oktober 2023 bertempat 26 Ilir Kota Palembang. Kegiatan ini dihadiri oleh beberapa pelaku UMKM sekitar 20-25 orang.



Gambar 2. Praktek fotografi produk

Adapun pokok pembahasan atau materi yang disampaikan yaitu: (1) Fotografi Produk; (2) Pencahayaan Foto Produk; (3) Penggunaan Smartphone untuk Foto; (4) Media Sosial; (5) Cerdas Bermedia Sosial. Selain penyampaian materi, dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut, diadakan juga sesi Tanya Jawab, adapun pertanyaan yang diberikan pelaku UMKM sebagai peserta pengabdian kepada masyarakat, yaitu: (1) Media Sosial apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk? (2) Bagaimana cara pengambilan foto yang menarik untuk produk? (3) Bagaimana jika tidak memiliki *smartphone* yang canggih untuk foto produk? Para peserta yang dapat memberikan pertanyaan dan aktif selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat diberikan *reward*.



Gambar 3. Contoh foto produk

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat, telah tercapai yang mana sebelum kegiatan ini dilakukan para peserta atau kelompok UMKM sasaran belum menerapkan foto produk dengan menggunakan Kamera Smartphone dan secara garis besar mencakup beberapa komponen, yaitu sebagai berikut: Keberhasilan target jumlah peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat, target peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti yang direncanakan sebelumnya paling tidak 15 pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang, dalam pelaksanaannya, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 20-25 peserta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target peserta mencapai 100%. Angka tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dikatakan berhasil atau sukses. Selanjutnya, ketercapaian tujuan pengabdian kepada masyarakat. Ketercapaian tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul Implementasi Fotografi Produk dengan Menggunakan Kamera Smartphone Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang secara umum sudah baik dan materi dapat tersampaikan secara detail, baik dengan berdiskusi ataupun melalui *project based learning*, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan ini telah dapat tercapai. Kemudian, ketercapaian target materi yang telah direncanakan, ketercapaian target materi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini baik, karena materi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dapat tersampaikan secara keseluruhan. Adapun pokok pembahasan atau materi yang disampaikan, yaitu:

Fotografi merupakan salah satu media yang tepat untuk digunakan dalam melakukan kegiatan promosi sebuah produk brand, yang mana dalam promosi tersebut image produk yang akan ditonjolkan. Disamping itu fotografi merupakan daya tarik dapat dengan cepat ditangkap oleh indra penglihatan, selain itu fotografi bisa menjelaskan secara global atas karakteristik dari sebuah produk dan penghubung antara isi dan visual, karena fotografi mempunyai sifat menggambarkan dari suatu objek.

Di zaman sekarang ini perkembangan fotografi dimanfaatkan dalam dunia jual beli dimana memanfaatkan fotografi untuk mendisplay sebuah produk di *social media* maupun *marketplace*, manfaat fotografi sendiri dalam jual beli sudah pasti akan mewakili sebuah produk brand, terlebih didukung kualitas fotografi yang baik, calon konsumen akan semakin yakin dengan sebuah produk brand dan

memberikan peluang konsumen untuk membeli produk sangat besar. Disamping itu fotografi yang berkualitas akan memberikan nilai tambah pada produk, kebiasaan para pengunjung toko online sangat senang membandingkan produk dengan jenis yang sama antar toko online, dengan menampilkan foto terbaik dari produk calon konsumen akan tertarik dan bahasa promosi yang menarik serta kemudahan bertransaksi. Penggunaan internet memang sangat membantu dan meringankan menyelesaikan masalah dalam kehidupan sehari-hari terutama untuk pemberdayaan masyarakat terutama masyarakat yang memiliki usaha. Semakin meningkatnya jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia semakin signifikan terutama di tengah perkembangan teknologi komunikasi serta di masa pandemi Covid-19 beberapa tahun ini. Pemanfaatan internet terbukti membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada masa pandemi Covid-19. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di garis depan guncangan ekonomi selama pandemi Covid-19 terlebih ketika terjadi *lockdown*, telah menghentikan segala aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, terjadinya penurunan permintaan serta mengganggu rantai perekonomian di seluruh dunia.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Implementasi Fotografi Produk dengan Menggunakan Kamera Smartphone Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang merupakan bentuk sosialisasi yang diharapkan dapat berkontribusi dalam pengetahuan masyarakat dalam pemanfaatan kamera smartphone sebagai implementasi fotografi produk yang bertujuan dapat meningkatkan pemasaran produk UMKM khususnya di Kota Palembang. Sasaran dari kegiatan ini yaitu masyarakat khususnya pelaku UMKM 26 Ilir merupakan pusat jajanan khas kota Palembang yang menyediakan makanan, kue dan jajanan pasar khas kota Palembang. Berada di tengah-tengah jantung kota Palembang menjadikan 26 ilir menjadi tempat yang wajib dikunjungi apabila mengunjungi kota Palembang.

Foto Produk adalah bagian dari *advertising*. Karena dalam sebuah frame-nya, harus bisa mencitrakan image sebuah produk. Kunci dari foto produk adalah bagaimana seorang fotografer bisa membuat citra yang terdapat dalam produk tersebut lewat angle dan juga konsep. Tapi hal yang paling penting dalam fotografi produk adalah bagaimana foto tersebut dapat meningkatkan penjualan barang. Ini bisa dimulai dari membuat barang agar terlihat sangat bagus dan konsep yang menarik. Sehingga pembeli dapat tertarik dan merasa penasaran dengan barang tersebut. Foto produk adalah foto yang menampilkan atau menonjolkan objek produk. Foto produk termasuk salah satu kategori foto yang cukup sulit dalam pengaturan pencahayaan. Hal ini dikarena foto produk menuntut kesempurnaan baik didalam detail tekstur objek hingga angle objek. Untuk itulah pencahayaan juga perlu ditata dengan sempurna untuk menghasilkan foto yang sempurna pula.

Didalam Kamera yang terdapat pada setiap *Smartphone* telah tersedia beberapa fitur diantaranya adalah sebagai berikut (Cipto, 2021) yaitu: *Grid*, *Grid* dapat menjadikan mudahnya dalam penempatan suatu objek pada bingkai foto. Saat akan mengaktifkannya akan terlihat kemunculan 2 buah garis horizontal dalam kondisi sejajar serta 2 buah garis secara vertikal yang juga dalam keadaan

sejajar, selanjutnya layar akan terbagi ke dalam 9 bagian. Penggunaan fitur *Grid* ini dapat memudahkan dalam penggunaan aturan dari sepertiga dalam bingkai, dapat membuat foto menjadi lurus atau memperbaiki supaya tidak menjadi miring, dan banyak macam lainnya yang dapat dilakukan dengan menggunakan fitur ini.

Fokus Tetap (*fixed-focus*), Fokus Tetap atau *fixed-focus* yaitu sebuah fitur fokus dasar yang terdapat pada kamera di *Smartphone* dengan pengaturan dengan jarak yang ditentukan oleh pengguna dan tidak dapat disesuaikan.

Focus Automatic (Auto-Fokus) (Isbalna, 2019), Fokus otomatis atau *auto-focus* yaitu suatu fitur digital pada kamera *Smartphone* yang dapat membuat foto ataupun gambar menjadi lebih jelas dengan cara otomatis.

Makro (Macro), Makro atau *Macro* yaitu sebuah istilah yang dipakai dalam mengambil gambar dengan jarak yang dekat pada kamera *Smartphone*. Mode makro ini dapat menjadikan pengambilan suatu foto pada jarak yang sangat dekat, seperti foto dengan cara *close-up*, dan biasanya pada jenis ini diperlengkapi dengan fitur focus secara otomatis (*auto-focus*).

Aspect Ratio, *Aspect ratio* yaitu suatu perbandingan di antara panjangnya foto dengan lebarnya sebuah foto. Bila foto itu berbentuk persegi, yang artinya mempunyai panjang dan lebar yang sama, sehingga foto itu mempunyai *aspect ratio* 1:1. *Aspect ratio* ini merupakan sebuah ciri yang khas pada media social Instagram sebelum adanya format secara *landscape* dan juga *portrait*. Pada umumnya *Smartphone* mempunyai *aspect rasio* 4:3, 3:2 dan juga 16:9. Pada pemakaian *aspect rasio* dapat menjadikan kesan yang lebih leluasa untuk dapat memberikan hiasan pada bingkai suatu foto dengan batasan dengan membandingkan antara panjang dan lebar suatu foto.

Timer, *Timer* yang terdapat di dalam kamera sebuah *Smartphone* pada umumnya mempunyai rentang waktu dalam 2 detik, 5 detik, dan juga 10 detik. Apabila kita ada pada keadaan cahaya yang rendah pada saat menghadap suatu objek dalam sebuah pemotretan yang mempunyai kecenderungan statis maka dapat menggunakan timer 2 detik guna mengambil gambarnya. Kenapa harus menggunakan *timer*? Dikarenakan dengan penggunaan timer dapat mengurangi guncangan kecil pada *Smartphone*. Guncangan kecil yang terjadi pada sebuah *Smartphone* pada saat melakukan pemotretan dengan pencahayaan yang rendah maka akan menjadikan sebuah gambar menjadi tidak jelas atau *blur*. Hal ini dikarenakan kecepatan rana pada kamera *Smartphone* lebih lambat dari penjagaan sebuah *Smartphone* dalam kondisi tidak bergoncang.

Digital Zoom, *Digital zoom* memiliki fungsi: *Cropping* mempunyai fungsi sebagai pemotong sebuah gambar agar tampak menjadi lebih besar pada layer *Smartphone*, akan tetapi hasil yang didapat mempunyai kualitas lebih kecil dari resolusi foto dengan maksimal. *Optical Zoom* merupakan sebuah fitur yang sering dimiliki oleh kamera *Smartphone* yang dapat menjadikan gambar menjadi lebih dekat dari gambar aslinya, efek dari pembesaran dengan memakai satu set lensa *optic-optical zoom*.

HDR, HDR dapat menjadikan foto menjadi lebih terlihatimbang antara daerah yang memiliki pencahayaan yang kurang dan juga terang. Kemampuan dari mata suatu kamera dapat dikatakan masih jauh dengan kemampuan mata

manusia, karena itu untuk memperoleh gambar yang terang dari ujung ke ujung bingkai dapat menggunakan fitur HDR yang terdapat pada kamera *Smartphone*.

Panorama, Apabila dalam perjalanan di alam terbuka, maka dapat menggunakan fitur panorama yang terdapat pada *Smartphone*. Meskipun fitur ini pada aplikasi bawaan menjadikan menurunnya resolusi, maka dapat menggunakan aplikasi pihak ketiga guna memperoleh foto panorama dengan resolusi yang tinggi.

Brightness dan *Contrast*, Penambahan *brightness* dapat menyebabkan foto menjadi tambah cerah, akan tetapi jika dikurangi maka akan menjadikan kecerahan dari foto yang dihasilkan menjadi cenderung gelap. *Fitur contrast* memiliki kegunaan guna memberikan tambahan atau mengurangi tingkat pencahayaan dalam objek sebuah foto, dan memberikan tambahan *contrast* data menjadikan tingkat pencahayaan menjadi semakin kuat, namun sebaliknya bila mengurangi dapat menyebabkan tingkat pencahayaan menjadi lemah. *brightness* dapat menjadikan pengaturan tingkat warna hitam, akan tetapi *contrast* menjadikan pengaturan tingkat warna putih. Hal ini dapat dicoba dengan pengaturan *brightness* atau *contrast* pada foto yang telah diambil dengan menggunakan edit foto, maka akan terlihat efek dari penambahan *contrast* terletak pada warna putih, dan *brightness* dapat terlihat pada efek pada warna hitam (Cipto, 2021).

Smartphone untuk penggunaannya akan didapatkan menu yang pada perangkat *Smartphone* untuk melakukan *editing* foto. Bahkan fitur yang telah diberikan produsen dari *Smartphone* cukup komplit. Misalnya penambahan teks, mengatur efek gambar, memotong foto, dan menambahkan ketajaman warna serta masih banyak lagi. Cara penggunaan fitur dalam pengeditan foto menggunakan *Smartphone* sebagai yaitu: (1) Membuka galeri foto; (2) memilih foto yang akan dilakukan pengeditan; (3) Mengedit foto menyesuaikan dengan selera dan fitur yang ada; (4) Bila selesai melakukan pengeditan, maka dapat menekan klik pada ikon centang guna penyimpanan foto tersebut. (Bahri, 2022).

Kemampuan peserta dilihat dari penguasaan materi yang masih kurang dikarenakan mengingat peserta masih anak-anak dan kemampuan para peserta yang berbeda-beda. Keberhasilan ini selain diukur dari keempat komponen di atas, juga dapat dilihat dari kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan tatap muka menggunakan metode diskusi dan aktif *Projects Based learning* sebagai mediana. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Implementasi Fotografi Produk dengan Menggunakan Kamera Smartphone Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang dilaksanakan pada hari Sabtu, 14 Oktober 2023 bertempat 26 Ilir Kota Palembang. Adapun pokok pembahasan atau materi yang disampaikan yaitu: Fotografi Produk, Pencahayaan Foto Produk, Penggunaan Smartphone untuk Foto, Media Sosial, Cerdas Bermedia Sosial. Ketercapaian target materi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini baik, karena materi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dapat tersampaikan secara

keseluruhan. Hasil dari capaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara umum 100% tercapai dan materi dapat tersampaikan secara detail, baik dengan berdiskusi ataupun melalui *project based learning*, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan ini telah dapat tercapai dan kelompok sasaran pelaku UMKM menerapkan hasil pelatihan tersebut dalam kegiatan usahanya selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan pada Kampung Literasi 26 Ilir Kota Palembang yang telah memberikan izin serta membantu menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan. Selain itu, disampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Bachtiar, Palmira Permata, Niken Kusumawardhani, dan Veto Tyas Indrio. 2022. *Mendukung Transformasi Digital Usaha Mikro Dan Kecil Di Daerah Istimewa Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 Sorotan*. Catatan Penelitian Smeru No. 1/Maret/2022
- Cipto, A. W. (2021). *Mengenal Fitur Pada Kamera Smartphone - Excellent Computer*. <https://www.excellentcom.id/>.
- DPRKP. (2020). *Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA)*. <https://dprkp.jakarta.go.id/>.<https://dprkp.jakarta.go.id/?cmd=product-rptra>
- Hadiono, Kristophorus dan Rina Candra Noor Santi. 2020. *Menyongsong Transformasi Digital*. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Stikubank. Proceeding Sendiu 2020 ISBN: 978-979-3649-72-6.
- Isbalna. (2019). *Mengenal Fitur Manual Camera Smartphone - phonegrahpyindonesia*.
- J. Loonam, S. Eaves, V. Kumar, and G. Parry, "Towards digital transformation: Lessons learned from traditional organizations," *Strategi*. Chang, vol. 27, no.2, pp. 101–109, 2018.
- K. Osmundsen, J. Iden, and B. Bygstad, "Digital Transformation: Drivers, Success Factors, and Implications," *Mediterr. Conf. Inf. Syst. Proc.*, vol. 12, pp. 1– 15, 2018.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2021. *Dukungan Pemerintahan Bagi UMKM Agar Pulih di Masa Pandemi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>. Diakses Rabu, 07 September 2022, Pukul 17.30
- Leo, Hasbi Jusuma. 2022. *Pemberdayaan UMKM Kemenkeu dari Sumsel Telah dimulai*. <https://djp.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/3937->

- pemberdayaan-umkm-kemenkeu-dari-sumsel-telah-dimulai.html. Diakses Rabu, 07 September 2022, Pukul 17.30
- LPPI. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm)*. <https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Documents/ProfilBisnisUMKM.pdf>
- Muzdalifah, Laily, Muhafidhah Novie, Shofiyatus Zaqiyah. 2020. *Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM Go-Digital di Era Pandemi Covid 19 dan EraNew Normal Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo: Seminar Nasional Sistem Informasi 2020, 20 Oktober 2020 Fakultas Teknologi Informasi – UNMER Malang.
- Photography. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology-Universitas InternasionalBatam*, 1(1), 439–451. <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/download/1446/948/>
- Pratiwi, Fuji. 2022. *Diskop UMKM Palembang Bentuk Tim Data ulang Usaha Kecil*. <https://www.republika.co.id/berita/rbrkg3457/dinkop-umkm-palembang-bentuk-tim-data-ulang-usaha-kecil>. Diakses Rabu, 07 September 2022, Pukul 17.30
- Primadhyta, Safyra. 2022. *19 Juta Pelaku UMKM Masuk Ekosistem Digital Per Mei 2022*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220616172828-92-809888/19-juta-pelaku-umkm-masuk-ekosistem-digital-per-mei-2022>. Diakses Rabu, 07 September 2022, Pukul 17.30
- R. Morakanyane, A. Grace, and P. O'Reilly, "Conceptualizing digital transformation in business organizations: A systematic review of literature," 30th Bled eConference Digit. Transform. - From Connect. Things to Transform. our Lives, BLED 2017, pp. 427–444, 2017.
- Ryan, Damian & Jones, Calvin. 2009. *Understanding Digital Marketing*. London: Kogan Page.
- Saliama, J. S., & Wibowo, T. (2020). Studi Komparasi Teknik Antara DSLR dan *Smartphone*.
- Simatupang, S., Widati, G., & Erwin, B. (2020). Proses Sosial Dan Fisik Dalam Produksi Ruang Publik Perkotaan Studi Kasus: Pembangunan Rprtra Di Jakarta. In <http://repository.uki.ac.id/http://repository.uki.ac.id/2324/1/PROSESSOSIALDANFISIK.pdf>
- Solihin, S. R., & Fiandra, Y. (2022). Perancangan Handbook Fotografi Produk Menggunakan *Smartphone* Untuk Pemilik Bisnis Online Di Kabupaten Bandung. *KREATIF(Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif)*, 4(1), 17–18. <https://journalkreatif.sttbandung.ac.id/index.php/files/article/view/32/28>
- Tanjung, M. R. (2016). Fotografi Ponsel (*Smartphone*) Sebagai Sarana Media Dalam Perkembangan Masyarakat Modern. *Jurnal Proporsi Universitas Potensi Utama*, 1(2), 224–234. <https://ejournal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/PROPORSI/article/download/527/666>