



Fotografi Produk sebagai Pendukung Pemasaran UMKM Newcoral Ecofriendly di Surakarta

Naskah diajukan pada: 2025-8-8 | Terakhir direvisi pada: 2025-10-24 | Diterima pada: 2025-10-31

Diska Rahmita Gasti^{1*}, Nisaul Hasanah A. Rosyad², Febrian Satria Wihadi³

^{1,2,3}Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

*Corresponding author, e-mail: d.rahmitagasti@365.uns.ac.id

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan mendukung kemandirian UMKM Newcoral, penghasil kerajinan ecoprint, melalui pendampingan dan pelatihan pemasaran digital serta fotografi produk untuk memperkuat ekonomi kreatif dan keberlanjutan. Metode penelitian meliputi tiga tahap: persiapan (observasi dan wawancara), pelaksanaan (pelatihan pemasaran digital dan fotografi produk), serta evaluasi (penggunaan konten visual untuk meningkatkan penjualan daring). Hasil menunjukkan bahwa UMKM Newcoral mampu memulai pemasaran digital secara mandiri, meskipun terhambat oleh keterbatasan peralatan dan pengetahuan media sosial. Evaluasi menunjukkan peningkatan interaksi daring, namun keberhasilan penjualan memerlukan website e-commerce dan tenaga penjualan daring. Pengabdian ini merekomendasikan pelatihan lanjutan dan pengembangan platform e-commerce untuk optimalisasi pemasaran. Keterbatasan utama adalah minimnya peralatan fotografi dan keahlian digital awal pelaku UMKM. Pengabdian ini memberikan kontribusi pada penguatan UMKM dalam ekonomi kreatif. Hasil kegiatan ini menunjukkan pentingnya peningkatan kapasitas digital dan visual branding bagi pelaku UMKM untuk memperkuat daya saing di pasar online.

Abstract

This mentoring and training aims to enhance the independence of Newcoral MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) a producer of ecoprint handicrafts, through training and mentoring in digital marketing and product photography to strengthen the creative economy and sustainability. The research method consists of three stages: preparation (observation and interviews), implementation (training in digital marketing and product photography), and evaluation (utilizing visual content to boost online sales). Results indicate that Newcoral MSME can initiate digital marketing independently, despite limitations in equipment and social media knowledge. Evaluation shows increased online engagement, but sales success requires an e-commerce website and dedicated online sales personnel. This mentoring and training recommends advanced sessions and e-commerce platform development for optimized marketing. Key limitations include limited photography equipment and initial digital skills of MSME participants. This mentoring and training contributes to empowering MSMEs in the creative economy. The results of this activity highlight the importance of enhancing digital capacity and visual branding among MSME actors to strengthen their competitiveness in the online market.

Keywords: MSME, digital marketing, product photography, ecoprint, creative economy.

Pendahuluan

UMKM Newcoral Ecofriendly adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang pakaian ecoprint dan didirikan dengan inspirasi dari kekayaan flora dan fauna Kabupaten Karanganyar. Dua sosok pendiri Newcoral, yaitu Denny Djoko N., seorang sajrana seni dari FSRD Universitas Trisakti, dan Fadilla Kesuma, seorang sarjana Biologi dari Universitas Sumatera Utara, bersama menyalurkan kecintaan terhadap seni, dekorasi dan tekstil. Pada tahun 2019, Newcoral memulai usaha yang

walaupun pada awalnya, produk-produk berlabel Newcoral Ecofriendly ini kurang mendapatkan sambutan pasar karena keterbatasan akses media dan tempat pemasaran yang sesuai namun pendiri Newcoral tetap bersemangat dan berinovasi. Di kemudian hari, pendiri Newcoral aktif menghadiri berbagai acara di sekitar Kabupaten Karanganyar dan Kota Surakarta, mempromosikan pakaian ecoprint siap pakai yang berkelanjutan. Newcoral yang resmi berdiri pada 6 November 2020, terus berpartisipasi dalam berbagai pameran di Solo, Jakarta dan sekitarnya. Produk ecoprint yang dihasilkan memiliki nilai seni tinggi dan ramah lingkungan, menjadikannya salah satu peluang usaha unggulan di industri kreatif. Namun, UMKM ini menghadapi sejumlah permasalahan yang salah satunya adalah strategi pemasaran yang terbatas. Salah satu kebutuhan yang dialami oleh UMKM Newcoral Ecofriendly adalah kebutuhan foto produk sebagai media visual yang akan digunakan dalam laman e-commerce maupun laman media sosial sebagai media untuk meningkatkan penjualan. Kendala utama UMKM Newcoral adalah keterbatasan kemampuan digital marketing dan belum adanya konten visual yang menarik untuk promosi online.

Pesatnya perkembangan media Internet, memberikan pengaruh besar bagi seluruh aspek kehidupan, tidak terkecuali aspek perekonomian. Hal ini dapat dilihat dari semakin marak dan beragamnya bentuk promosi, pemasaran hingga transaksi dagang yang dilakukan melalui media ini. Hal ini tentu saja dipengaruhi oleh keunggulan yang dimiliki oleh media internet, yaitu; kecepatan, keluasaan dan efektifitas dalam menyampaikan pesan serta akses informasi yang hampir tak terbatas (Bradshaw, 2017; Siapera & Veglis, 2012). Begitu juga dengan Newcoral yang ingin mengembangkan pasar dan meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital dengan media internet atau disebut sebagai digital marketing. Digital marketing diartikan sebagai kegiatan marketing yang menggunakan berbagai media berbasis web (Saputra et al., 2020). Pemasaran digital dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital dalam upaya mencapai tujuan pemasaran serta pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran yang dilakukan perusahaan (Gunawan & Septianie, 2021).

Dalam menyusun strategi pemasaran, terdapat kebutuhan yang harus dipersiapkan terlebih dahulu. Salah satunya adalah fotografi produk yang akan digunakan sebagai media ilustrasi dalam melakukan pemasaran yaitu kebutuhan penjualan. Fotografi produk sebagai penunjang dalam berjualan sering dilakukan oleh produsen yang bergerak dibidang penjualan barang. Melalui fotografi produk akan digunakan sebagai ilustrasi dalam melakukan penjualan dengan tujuan peningkatan. Arif Budiman, dalam Maudhody (2017) mengatakan bahwa di era digital saat ini, foto produk yang mampu menarik konsumen menjadi ujung tombak dalam pemasaran produk di era digital ini. Mengapa Foto Produk begitu penting? Albert Einstein, dalam salah satu quotes nya, pernah mengatakan bahwa “One picture is worth a thousand words”. Dari quote tersebut dapat diterjemahkan bahwa sebuah gambar, dalam hal ini foto, dapat menceritakan banyak hal. Dengan kata lain, melalui foto foto yang menarik serta sesuai dengan karakteristik produk dan konsumen, dapat menarik konsumen maupun calon konsumen yang ingin dituju oleh UMKM (Maudhody, 2017; Prawira, 2019). Karena itulah melalui pengabdian ini, dilakukan pelatihan dan juga pendampingan terhadap UMKM Newcoral dengan harapan kedepannya dapat melakukan pemasaran digital dan dapat memproduksi foto produk yang dibutuhkan secara mandiri.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pendampingan pada Juli 2025 dengan melibatkan 1 fotografer dan 1 asisten dari program studi Desain Komunikasi Visual sebagai pelaksana pendampingan dengan 1 koordinator peraga dan 3 orang peraga dari program studi Desain Mode Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret. Melalui tiga tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi, untuk mendukung UMKM Newcoral dalam mengembangkan kemampuan pemasaran digital dan fotografi produk guna meningkatkan kemandirian dalam ekonomi kreatif. (1) Tahap Persiapan: Pada tahap awal, tim peneliti melakukan observasi dan wawancara langsung

terhadap aktivitas operasional UMKM Newcoral yang memproduksi kerajinan tangan berbasis ecoprint. (2) Tahap Pelaksanaan: Tahap pelaksanaan meliputi pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada pengembangan keterampilan fotografi produk. (3) Tahap Evaluasi: Pada tahap evaluasi, hasil fotografi produk yang dihasilkan selama pelatihan digunakan untuk mendukung strategi pemasaran digital.







Hasil dan Pembahasan

Persiapan

Pada tahap awal, observasi dilakukan untuk mengidentifikasi tantangan utama dalam pemasaran produk, termasuk keterbatasan pengetahuan dan peralatan. Selain itu, wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pelaku UMKM untuk memahami kebutuhan spesifik, tingkat pemahaman tentang pemasaran digital, dan kendala dalam memanfaatkan media sosial. Data dari observasi dan wawancara digunakan untuk merancang program pelatihan dan pendampingan yang relevan dengan kebutuhan UMKM Newcoral. Pertemuan dengan pihak UMKM Newcoral untuk berdiskusi terkait kebutuhan pemasaran pada tanggal yang dilakukan di dari hasil diskusi dapat disimpulkan bahwa hal yang paling mendesak adalah kebutuhan foto produk untuk katalog maupun untuk website e-commerce ataupun metode penjualan online lainnya.

Pelaksanaan

Pelatihan mencakup pengenalan teknik fotografi produk untuk menghasilkan konten visual yang menarik. Pendampingan dilakukan untuk membantu UMKM Newcoral mempersiapkan produk unggulan berbasis ecoprint yang memiliki nilai jual tinggi. Selain itu, tim merancang perencanaan kegiatan yang mencakup pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan pelaku UMKM dapat menerapkan pengetahuan secara mandiri pengambilan foto produk. Tim pengabdian menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk melakukan pengambilan gambar. Pengambilan gambar dilakukan di *showroom* Newcoral di Hotel Alana, Colomadu. Pada tanggal 18 Mei 2025 tim pengabdian bertemu dengan pihak UMKM Newcoral untuk melakukan pengambilan foto produk. Tim pengabdian menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk melakukan pengambilan gambar. Pengambilan gambar dilakukan di *showroom* Newcoral di Hotel Alana, Colomadu.

Tabel 1. Beberapa Hasil dari pendampingan dan pelatihan fotografi produk terhadap UMKM Newcoral (Sumber: Pribadi, 2025)

Evaluasi

Pada tahap evaluasi, hasil fotografi produk yang dihasilkan selama pelatihan digunakan untuk mendukung strategi pemasaran digital. Konten visual tersebut diunggah pada platform media sosial UMKM Newcoral dengan tujuan meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Evaluasi dilakukan dengan mengukur peningkatan interaksi daring (seperti jumlah pengikut, like, dan komentar) serta potensi peningkatan penjualan. Namun, tim pengabdian dan pihak Newcoral mengidentifikasi bahwa keberhasilan pemasaran digital masih terhambat oleh ketiadaan website e-commerce dan petugas khusus untuk menangani penjualan daring. Oleh karena itu, pengembangan website e-commerce dan pelatihan tenaga penjualan daring direkomendasikan sebagai langkah lanjutan untuk mengoptimalkan hasil pemasaran digital UMKM Newcoral.

Kegiatan	Hasil	Dampak
Pelatihan teknik dasar fotografi	30 foto produk siap unggah ke media sosial yang digunakan	Peningkatan kualitas visual konten promosi
Pendampingan digital marketing	Akun Instagram yang digunakan memiliki konten baru dengan visual yang lebih baik	Peningkatan Engagement
Evaluasi dan rekomendasi	Draft rencana konten mingguan	Peningkatan kesadaran digital marketing

Tabel 2. Kegiatan dan hasil pelaksanaan pelatihan dan pendampingan (Sumber: Pribadi, 2025)



Gambar 1. Foto bersama setelah pelatihan fotografi produk bersama tim pengabdian, tim mahasiswa pelaksana dan pihak UMKM Newcoral (Sumber: Pribadi, 2025)

Kesimpulan

Dari pengabdian ini menunjukkan bahwa pendampingan dan pelatihan pemasaran digital serta fotografi produk bagi UMKM Newcoral berhasil meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memasarkan produk kerajinan tangan ecoprint secara daring. Hasil utama penelitian mengindikasikan bahwa UMKM Newcoral mampu memulai pemasaran digital secara mandiri setelah mendapatkan pelatihan, meskipun dukungan peralatan masih terbatas dan dilakukan secara bertahap. Pendampingan ini mendukung tujuan pengabdian, yaitu memperkuat kemandirian UMKM Newcoral dalam ekonomi kreatif melalui produksi kerajinan ecoprint yang mendukung keberlanjutan dan

keaktivitas masyarakat. Namun, keterbatasan utama yang diidentifikasi adalah minimnya pengetahuan awal pelaku UMKM tentang pemasaran digital, keterbatasan peralatan untuk pembuatan konten, serta kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Pengabdian ini merekomendasikan pelatihan lanjutan yang lebih intensif dan pendampingan berkelanjutan untuk mengoptimalkan penggunaan platform media sosial guna meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing UMKM Newcoral. Kegiatan ini menegaskan bahwa penguasaan fotografi produk merupakan elemen penting dalam digital marketing UMKM berbasis kerajinan untuk mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif.

Daftar Pustaka

- Saptiyono, A., Setya Watie, E. D., & Febriana, K. A. (2021). *Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari*. TEMATIK, 1(2).
- Sagita, G., Wijaya, Z.R. (2022). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07*. EBISMEN, 1(3).
- Furqorina, R. et al. (2023). *Pemanfaatan visual branding melalui foto produk dalam meningkatkan daya saing UMKM*.
- Mujianto, H. et al. (2024). *Sosialisasi literasi digital marketing untuk meningkatkan perekonomian UMKM*.
- Istiqomah, N. H. et al. (2025). *Fotografi produk untuk meningkatkan optimalisasi digital marketing produk UMKM*.