



Pelatihan Foto Produk UMKM Teh Poci Bu Minah untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen di Desa Wadungasih Sidoarjo

Product Photography Training for Bu Minah Tea Poci UMKM to Increase Consumer Attraction in Wadungasih Village, Sidoarjo

Milla Hariani^{1*}, M Iqbal Rizqullah², Nur Aini Dian Novita³

^{1,2,3}Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia

Korespondensi penulis : milamasroni@gmail.com*

Article History:

Received: April 15, 2025

Revised: April 29, 2025

Accepted: May 14, 2025

Published: May 16, 2025

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Product Photography, Teh Poci, Wadungasih Village.

Abstract: Product photography training is one of the important strategies in increasing consumer appeal to MSME products. This activity was carried out with the aim of helping MSME Teh Poci Bu Minah in Wadungasih Village, Sidoarjo, in developing the visual quality of its products to be more attractive and competitive in the digital market. The methods used in the training include an introduction to the basics of product photography, lighting techniques, product arrangement, and the use of simple tools such as cellphone cameras. The results of the training showed a significant increase in participants' ability to produce more professional and attractive product photos. In addition, there was an increase in consumer interest based on engagement data on social media and an increase in sales after the publication of photos that had been improved in quality. This activity is expected to be an example of MSME empowerment through increasing digital and visual literacy.

Abstrak :

Pelatihan foto produk menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk UMKM. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu UMKM Teh Poci Bu Minah di Desa Wadungasih, Sidoarjo, dalam mengembangkan kualitas visual produknya agar lebih menarik dan kompetitif di pasar digital. Metode yang digunakan dalam pelatihan mencakup pengenalan dasar-dasar fotografi produk, teknik pencahayaan, penataan produk, hingga penggunaan alat sederhana seperti kamera ponsel. Hasil dari pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk menghasilkan foto produk yang lebih profesional dan menarik. Selain itu, terdapat peningkatan minat konsumen berdasarkan data keterlibatan di media sosial dan peningkatan penjualan setelah publikasi foto yang telah ditingkatkan kualitasnya. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi contoh pemberdayaan UMKM melalui peningkatan literasi digital dan visual.

Kata Kunci: UMKM, fotografi produk, pemasaran digital, Teh Poci, Desa Wadungasih.

1. PENDAHULUAN

Arah perkembangan ekonomi Indonesia semakin membaik. Hal ini sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia usaha, karena semakin banyak pengusaha yang meluncurkan dan mengembangkan usahanya (Fitri *et al.*, 2023). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan skala usaha yang memberikan kontribusi signifikan untuk memicu pertumbuhan ekonomi di Indonesia, terlihat dari berbagai jenis dan unit usahanya yang memiliki kontribusi besar bagi pertumbuhan sektor ekonomi (Setyowati & Rohmah, 2022).

UMKM memiliki peran bagi perkembangan ekonomi disaat arus persaingan global sangat ketat, kondisi tersebut menjadi latar belakang pelaku UMKM untuk terus berkembang supaya dapat bersaing di Era global (Setyawan *et al.*, 2025). Seiring berjalannya Era Global, para pelaku bisnis harus menjalankan usahanya dengan lebih fleksibel dan kreatif. Persaingan yang semakin ketat, tidak lagi hanya mengandalkan kualitas produk atau layanan, tetapi juga dalam penyajian produk (Kartika *et al.*, 2024). Oleh karena itu, agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas pelaku UMKM juga harus memiliki keterampilan dalam teknik pengambilan gambar supaya dapat memperkuat daya tarik UMKM itu sendiri (Yopi *et al.*, 2023). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang terbatas dalam pengetahuannya terkait teknik-teknik fotografi yang efektif sebagai strategi pemasaran visual yang tepat (Fetrianggi *et al.*, 2024). Salah satu UMKM yang belum mengetahui teknik-teknik fotografi sebagai strategi pemasarannya adalah UMKM Teh Poci Bu Minah di Desa Wadungasih.

Desa Wadungasih merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Buduran. Desa Wadungasih memiliki banyak pelaku UMKM, salah satunya ialah UMKM Teh Poci Bu Minah. Bu Minah sebagai pemilik UMKM Teh Poci ingin meningkatkan kualitas cara penyajian produk agar dapat meningkatkan daya Tarik konsumen. Oleh karena itu, UMKM Teh Poci Bu Minah ini membutuhkan pelatihan foto produk sebagai strategi pemasaran guna menarik daya beli konsumen. Menurut Herlina *et al.*, (2022), Kualitas foto produk memengaruhi kemampuan produk UMKM untuk terjual. Foto yang tidak menarik, buram, atau kurang baik dapat membuat pembeli tidak memperhatikan produk apalagi membelinya.

Agar dapat menghasilkan produk yang dapat menarik minat konsumen, pelaku UMKM didorong oleh industri kreatif untuk bersikap imajinatif dan inventif. Untuk menarik minat konsumen agar mencoba dan membeli, daya tariknya mungkin diperlihatkan dengan satu metode, yaitu melalui kemasan yang menarik dan memikat mata (Arsj, 2021). Daya Tarik konsumen dapat dipengaruhi melalui foto-foto yang menarik serta sesuai dengan karakteristik produk (Tarisa *et al.*, 2023). Menurut Wijaksono *et al.*, (2025), dalam menarik konsumen pelaku UMKM perlu memiliki kemampuan mengambil gambar yang menarik dan mampu menjangkau tujuan tertentu dengan melakukan pelatihan fotografi.

Fotografi produk adalah proses pengambilan gambar suatu produk. Produk yang sederhana mungkin memiliki harga atau nilai jual yang tinggi jika memiliki foto produk yang bagus (Chandrasarie *et al.*, 2023). Foto produk merupakan salah satu faktor yang

menunjang supaya produk yang dijual lebih mudah laku. Produk dapat dipromosikan melalui penggunaan fotografi yang dijadikan sebagai alat komunikasi visual (Setyawan *et al.*, 2025). Febriyanti dan Farida (2023) menyatakan foto merupakan salah satu komponen pencitraan merek produk, yang menggunakan teknologi digital untuk menyajikan produk kepada pelanggan. Dengan adanya kemampuan, dan keterampilan fotografi produk yang mumpuni, mereka dapat membuat tampilan produk yang mereka produksi dapat lebih dikenal oleh masyarakat umum, sehingga dapat menjangkau target konsumen mereka dengan tepat.

Dengan keterampilan ini, UMKM dapat meningkatkan kualitas visual produk mereka, mendukung strategi pemasaran digital mereka dengan lebih baik, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar tanpa harus mengandalkan anggaran besar (Istiqomah *et al.*, 2025). Melalui pelatihan fotografi diharapkan pelaku UMKM di Desa Wadungasih dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, sehingga mampu memasarkan produk UMKM dengan lebih efektif. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan pendapatan, tetapi juga akan memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan.

Berdasarkan penjelasan diatas, sebuah UMKM dapat meningkatkan daya tarik konsumen sehingga dapat menjangkau pasar secara luas apabila melakukan fotografi produk yang sesuai dengan karakteristik produk sehingga produk dapat dikenal secara luas. Oleh karena itu, pengabdian yang dilaksanakan oleh tim pengabdian Universitas Sunan Giri Surabaya (UNSURI) bermaksud melaksanakan pengabdian dengan tujuan untuk melakukan pelatihan fotografi produk UMKM Teh Poci Bu Minah yang terdapat di Desa Wadungasih, Kecamatan Buduran, supaya UMKM dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

2. METODELOGI

Lokasi pelaksanaan program pemberdayaan di Desa Wadungasih, Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo, dengan partisipan dan fokus utama tertuju pada pelaku usaha UMKM. Pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, menggunakan metode dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Pendampingan adalah upaya membantu masyarakat dalam mencapai hasil yang diinginkan. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode *Participation Action Research* (PAR) meliputi; pelatihan, pemberdayaan dan pendampingan (Bakhri & Futiah, 2020). Menurut Erlyana dan Hasen (2021), metode *Participatory Action Research*

(PAR), yaitu terdapat keterlibatan masyarakat secara aktif dalam program kegiatan yang mengacu pada pemecahan masalah yang didasarkan pada masalah yang dialami masyarakat itu sendiri. Partisipasi, aksi dan riset ialah kombinasi tiga kata dari (PAR) *Participatory Action Research* (Ditta & Candrani, 2023). Hal ini mengandung makna keterlibatan tidak hanya sebatas mengamati, tetapi juga ikut serta dalam berbagai kegiatan yang hasilnya dijadikan bahan riset dan dikembangkan kembali melalui aksi dan perbuatan aktif. Penerapan metode PAR melibatkan beberapa langkah, (1) perencanaan terhadap perubahan (2) penelitian dan pengamatan proses perubahan dan dampaknya (3) evaluasi hasil dan dampak perubahan.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi ini dilakukan secara langsung dengan mendatangi outlet tersebut dan berlangsung selama 1 hari. Penggunaan indra secara sistematis dan disengaja terutama mata, untuk menyelidiki hal yang dapat langsung terekam pada saat kejadian disebut sebagai observasi. Salah satu syarat keberhasilan observasi adalah indra harus digunakan secara maksimal (Walgito, 2010). Dokumentasi pada pengabdian ini berupa foto-foto ketika kegiatan ini berlangsung di outlet Teh Poci Bu Minah, Proses yang menghasilkan berbagai dokumen dengan menggunakan bukti-bukti tepat yang diperoleh sebagai sumber dikenal sebagai dokumentasi. Selain itu, dokumentasi diartikan sebagai upaya mendokumentasi dan mengklasifikasikan informasi dalam bentuk kata tertulis, gambar, dan video (Hasan, 2022). Sedangkan wawancara dilakukan terhadap Bu Minah sebagai pemilik usaha tersebut. Wawancara adalah percakapan dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Moleong, 2010). Untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu memperjelas tantangan penelitian, peneliti dan responden bertemu langsung untuk bertukar informasi.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui edukasi fotografi produk. Kegiatan ini berlangsung kurang lebih selama 2 hari sejak tahap perencanaan hingga tahap pelaksanaan yaitu pada tanggal 21-22 Maret 2025. Kegiatan Edukasi Fotografi Produk Bagi UMKM Teh Poci Bu Minah Untuk Menarik Daya Tarik Konsumen Di Desa Wadungasih. Keterlibatan masyarakat secara langsung maupun tak langsung dalam pengambilan keputusan melalui lembaga perwakilan yang dapat menyalurkan tujuan mereka disebut partisipasi. Di mana keterlibatan tersebut dimaksudkan untuk berperan serta secara konstruktif, kebebasan berpendapat, dan berasosiasi (Mardiasmo, 2009). Partisipan yang terlibat dalam kegiatan merupakan bu minah sebagai pemilik usaha UMKM teh poci serta mahasiswa UNSURI yang turut serta

dalam kegiatan foto produk sekaligus membagi pengalaman terkait penggunaan digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM Teh Poci serta melakukan kegiatan pelatihan foto produk untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Kegiatan pelatihan foto produk dilaksanakan selama 1 hari. Kegiatan ini terdapat kolaborasi antara Mahasiswa UNSURI dengan pelaku UMKM serta pemilik UMKM Teh Poci. Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 22 April 2025 yang bertempat di Desa Wadungasih, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. Adapun Partisipan yang terlibat dalam kegiatan ini yakni kelompok pengabdian masyarakat UNSURI dan pemilik UMKM Teh Poci. Maksud dan tujuan dari diadakannya kegiatan ini adalah guna mengedukasi kepada pelaku UMKM khususnya UMKM Teh Poci agar dapat melakukan pemasaran melalui foto produk untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Selain itu, dapat menambah wawasan mengenai bagaimana visual produk atau bentuk foto produk yang dapat memengaruhi daya tarik konsumen pada usaha sendiri.



Gambar 1. Kegiatan Wawancara dan Penyampaian Edukasi kepada pemilik UMKM Teh Poci

Gambar ini menunjukkan mahasiswa Universitas Sunan Giri Surabaya akan melakukan aktivitas fotografi produk UMKM, khususnya pada pelaku UMKM teh poci bu minah yang berlokasi di Desa Wadungasih, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. Sebelum melakukan kegiatan fotografi mahasiswa terlebih dahulu melakukan wawancara sebagai tujuan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi bu minah selaku pemilik UMKM tersebut. Permasalahan tersebut berkaitan dengan kurang efektifnya bu minah

untuk melakukan pemasaran melalui foto produk, maka diperlukan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Mahasiswa memberikan solusi dengan berupa pelatihan foto produk untuk meningkatkan daya tarik konsumen pada UMKM Teh Poci Bu Minah.

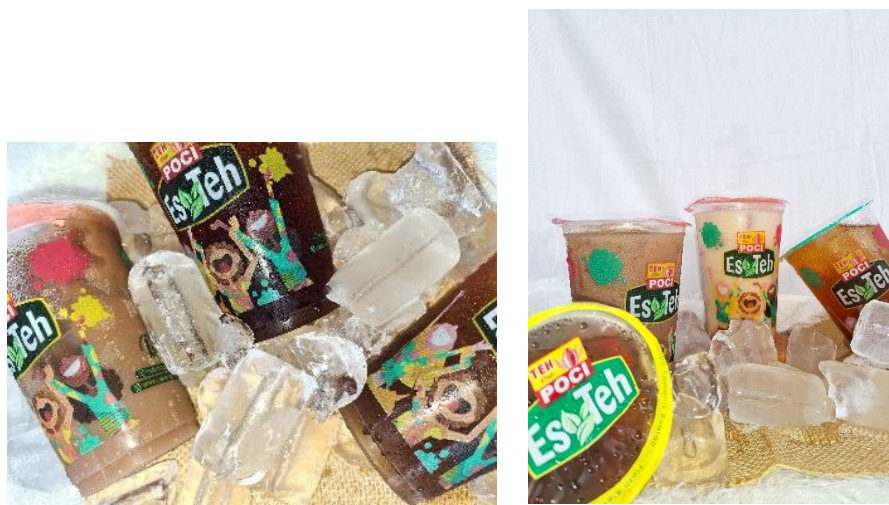
Pada awal kegiatan, mahasiswa melakukan pengenalan terhadap bidang ilmu desain kepada pemilik UMKM. Pembahasan yang disampaikan tentang ilmu desain meliputi beberapa topik mengenai elemen-elemen visual dan aspek-aspek dasar yang merupakan fondasi dari bidang ilmu fotografi. Selanjutnya, juga diperkenalkan tentang definisi dari fotografi, jenis-jenis, karya, dan anatomi kamera. Pada awal dilakukan pengenalan terhadap definisi desain dan elemen-elemen pembentuknya, seperti garis, pola, warna, komposisi, dan elemen pendukung lainnya. Serta memberikan pengenalan properti yang digunakan untuk foto produk seperti dekorasi, bunga, latar belakang gambar, serta alat pencahayaan seperti lampu cincin, lampu portabel, senter, dan kamera ponsel, dimanfaatkan sebanyak mungkin untuk foto produk.



Gambar 2. Peraktik Foto Produk

Kegiatan selanjutnya adalah pengaplikasian pelatihan fotografi yang telah disampaikan pada gambar 1. Sebelum itu mahasiswa akan mempraktekan terlebih dahulu bagaimana cara pengambilan foto yang baik dengan menentukan angel foto atau sudut pengambilan foto yang sering digunakan. Kualitas lensa, bagaimana kamera disudutkan atau diarahkan ke arah tertentu, panel kamera, dan kecanggihan lensa, semuanya memengaruhi cara seorang fotografer mengambil foto (Pratiwi, 2019). Setelah mahasiswa memberikan contoh serta arahan, bu minah melakukan praktik untuk mencoba memotret teh poci yang telah disesuaikan angelnya dengan dampingan mahasiswa. Pelatihan fotografi ini menggunakan handphone agar dapat memudahkan dalam pengambilan foto-foto produk yang akan bu minah buat nantinya. Dari pemberian materi pada pelatihan ini bu minah selaku pemilik UMKM sudah mampu mengerti dan memahami fotografi,

sehingga Ibu Minah dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat dan menghasilkan gambar produk yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran ketika praktik langsung.



Gambar 3. Hasil Foto Produk

Kegiatan pelatihan fotografi ini menghasilkan foto produk UMKM yang menarik yang mampu menerapkan teknik fotografi dengan baik dan benar. Serta menghasilkan foto produk UMKM Teh Poci Bu Minah yang menarik dan informatif sesuai dengan kebutuhan promosi pada media sosial yang mempunyai daya tarik bagi calon pembeli. Berikut hasil foto produk yang di buat oleh bu minah pada pelatihan fotografi produk. Berikut hasil foto produk yang di buat oleh bu minah pada pelatihan fotografi produk. Hasil visual produk yang bagus dan menarik dapat meningkatkan citra produk sehingga memiliki efek pada peningkatan daya jual produk (Setyawan *et al.*, 2025). Meskipun beberapa pelaku UMKM menggunakan kamera smartphone namun tetap dapat menghasilkan foto produk yang bagus dan menarik. Alat tidak menjadi yang paling utama, namun pengetahuan teknik fotografi yang baik dapat menghasilkan tampilan visual poduk yang menarik.

Hasil dari kegiatan pelatihan foto produk ini memberikan dampak positif, dimana peserta memiliki peningkatan kemampuan baik teknis dan konsep teoritis fotografi produk UMKM. Selama pelatihan, Ibu Minah diberikan instruksi yang jelas sehingga dapat mengenali kelebihan dan kekurangan foto yang diambilnya. Bahasa dan teknik yang digunakan untuk mengajarkan dasar-dasar fotografi disampaikan dengan cara yang mudah dipahami. Namun, kelemahan pelatihan ini adalah pelatihan dilakukan secara seadanya dengan sumber cahaya buatan yakni lampu biasa. Akibatnya, sumber cahaya alami tidak dimanfaatkan secara maksimal selama pelatihan ini, yang sering kali mengakibatkan distorsi cahaya atau bayangan yang dapat menurunkan kualitas foto. Diharapkan jika Ibu Minah terus berusaha, latihan yang diberikan akan memberikan dampak di masa

mendatang. Bu minah akan memiliki lebih banyak keterampilan dalam fotografi produk, yang tidak hanya untuk membantu pemasaran produknya tetapi juga membuka sumber pendapatan baru.

4. PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Sunan Giri Surabaya bersama pelaku UMKM Teh Poci Bu Minah di Desa Wadungasih, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, merupakan bentuk nyata dari upaya pemberdayaan masyarakat berbasis keilmuan. Kegiatan ini tidak hanya sekadar transfer ilmu, tetapi juga menjadi wadah kolaboratif antara dunia akademik dan sektor usaha mikro yang bertujuan untuk meningkatkan mutu dan tingkat persaingan barang-barang regional. Melalui tahapan observasi, wawancara, penyampaian materi, serta praktik langsung dalam fotografi produk, pelaku UMKM diberikan pemahaman yang komprehensif tentang pentingnya visualisasi produk dalam strategi pemasaran.

Dalam pelaksanaannya, pelatihan ini menitikberatkan pada teknik dasar fotografi, pemanfaatan properti pendukung foto produk, serta pentingnya komposisi dan pencahayaan dalam menghasilkan gambar yang menarik dan informatif. Meskipun kegiatan ini masih dilakukan dengan sarana yang sederhana, seperti penggunaan lampu biasa sebagai sumber pencahayaan, hasil yang diperoleh menunjukkan peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan foto produk yang layak digunakan untuk promosi di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan alat bukanlah penghalang selama teknik yang tepat dan kreativitas terus dikembangkan.

Dampak dari pelatihan ini cukup signifikan, di mana Bu Minah selaku pemilik UMKM mampu memahami dasar-dasar fotografi produk dan dapat langsung mempraktikkannya dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selain itu, pelatihan ini turut membuka wawasan bahwa pemasaran tidak hanya bergantung pada rasa dan kualitas produk, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh tampilan visual yang menarik dan profesional. Foto produk yang baik dapat meningkatkan citra usaha, membangun kepercayaan konsumen, serta pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan penjualan.

Ke depan, diharapkan kegiatan seperti ini dapat terus dilaksanakan secara berkelanjutan dengan penguatan aspek-aspek teknis lainnya, seperti pengelolaan media sosial, desain grafis untuk promosi, hingga strategi branding produk. Mahasiswa sebagai agen perubahan memiliki peran strategis dalam mendampingi dan memberikan solusi atas permasalahan nyata yang dihadapi masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Melalui

kegiatan ini pula, diharapkan tercipta hubungan sinergis antara institusi pendidikan tinggi dan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi serta pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Dengan demikian, kegiatan pelatihan foto produk ini bukan hanya menjadi ajang pembelajaran bagi pelaku UMKM, tetapi juga menjadi sarana pembentukan karakter mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang dimiliki untuk kepentingan masyarakat luas. Ini merupakan bagian dari kontribusi nyata dunia akademik dalam mengembangkan potensi lokal serta menciptakan kemandirian ekonomi berbasis komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda Aulia Tarisa, Dewi Kusuma Nabilla, & Saleh Zein Mohamad. (2023). Fenomena perubahan strategi pemasaran dalam menghadapi tantangan di era digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98–107.
- Arsj, F. R. (2021). Sosialisasi desain kemasan sebagai daya tarik produk bagi UMKM makanan dan minuman Jakpreneur wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 4(2).
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan pengembangan manajemen pemasaran produk UMKM melalui teknologi digital di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2), 59–70.
- Chandrasarie, M. T., Pujiastuti, S. D., & Suryandari, D. A. (2023). Pelatihan fotografi UMKM di Kelurahan Pedurungan Lor, Kota Semarang. *TEMATIK*, 4(1), 33–41.
- Ditta, A. S. A., & Candrani, A. D. (2023). Pelatihan pembukuan sederhana dan implementasi point of sales pada UMKM Kota Madiun. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 36–46.
- Erlyana, Y., & Hansen, H. (2021). Pelatihan fotografi dan videografi secara virtual dalam peningkatan kemampuan diri pada pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Fetrianggi, R., Pawitan, Z., & Argani, P. (2024). Pelatihan kewirausahaan melalui pembuatan fotografi makanan berbasis kearifan lokal pada UMKM di Bandung. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 163–168.
- Fitri, N., Hanum, A. B. Z., Nurjannah, N., & Mahmut, C. (2023). Pengaruh brand image, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Es Teh Poci Jl. Andi Kambo Kota Palopo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 269–284.
- Hasan, H. (2022). Pengembangan sistem informasi dokumentasi terpusat pada STMIK Tidore Mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi dan Komputer)*, 2(1), 23–30.

- 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.
- Istiqomah, N. H., Farhan, M., Setiyadi, N. W., Alisa, S. N., & Wulan, M. C. (2025). Fotografi produk untuk meningkatkan optimalisasi digital marketing produk UMKM di Desa Sembungrejo Kecamatan Merakurak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(11), 5495–5501.
- Kartika, D. G., Utami, A. R., & Hanaseta, E. (2024). Pelatihan desain Canva: Strategi visual efektif bagi UMKM, Setiabudi, Jakarta Selatan. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(3), 356–362.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan: Edisi 2019*. Yogyakarta: Andi.
- Moleong, J. L. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- N. Pratiwi. (2019). Teknik memotret alam bebas untuk meningkatkan daya tarik traveling [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara].
- R. Setyowati, & Rohmah, A. N. (2022). Peningkatan promosi melalui fotografi produk dengan smartphone pada Bukuan Fried Chicken (BFC). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademik*, 1(3), 75–82.
- Setyawan, A., Prayoga, D. E. T., Yudhanto, S. H., Widyamurti, N., & Muttaqin, H. (2025). Pelatihan fotografi produk untuk meningkatkan daya jual produk UMKM Yayasan Tumpi Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 8(1), 74–81.
- Tasya Febriyanti, & Farida, S. N. (2023). Peran foto produk sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan produk UMKM Desa Karang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 20–27.
- Vahista, S. L., Muhamad Yopi, & Sulastri, C. (2025). Pelatihan teknik pengambilan gambar guna meningkatkan presentasi visual pada UMKM Taman Jajan Permata Pamulang, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ilmu Komunikasi*, 2(1), 74–85.
- Wijaksono, D. S., Nuraeni, R., Yusanto, F., Melano, F. L., & Pramitha, J. P. (2025). Pelatihan fotografi produk bagi pelaku UMKM di Kelurahan Baros, Kecamatan Cimahi Tengah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 72–79.