

Original Research Paper

## Peningkatan Kapasitas Anggota Wanita Kelompok Tani Pade Girang Melalui Pelatihan Foto Produk Menggunakan Smartphone

Rifani Nur Sindy Setiawan<sup>1</sup>, Ni Made Nike Zeamita Widiyanti<sup>1</sup>, Eka Nurmindia Dewi Mandalika<sup>1</sup>, Farah Ainun Jamil<sup>1</sup>, Sharfina Nabila<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, NTB, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v9i2.15364>

Sitasi: Setiawan, R. N. S., Widiyanti, N. M. N. Z., Mandalika, E. N. D., Jamil, F. A., Nabila, S. (2026). Peningkatan Kapasitas Anggota Wanita Kelompok Tani Pade Girang Melalui Pelatihan Foto Produk Menggunakan Smartphone. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 9(2)

### Article history

Received: 30 April 2026

Revised: 18 Mei 2026

Accepted: 24 Mei 2026

\*Corresponding Author: Rifani

Nur Sindy Setiawan,

Program Studi

Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Mataram, Mataram,

NTB, Indonesia

Email:

[setiawanrifani@unram.ac.id](mailto:setiawanrifani@unram.ac.id)

**Abstract:** This activity aimed to improve the ability of the Pade Girang Farmer Group in Landah Village, Praya Timur District, Central Lombok Regency, to produce attractive product photographs using smartphones for digital marketing purposes. The activity focused on processed banana products, which had limited market appeal due to poor visual presentation in social media promotion. The program was conducted from June to July 2025 using a participatory approach consisting of preparation, training, practice, and evaluation stages. Training materials included smartphone camera features, lighting techniques, product arrangement, background selection, shooting angles, and simple photo editing applications. The activity involved 15 participants and emphasized direct practice using participants' own products. The results showed an improvement in participants' understanding and technical skills in taking clearer, more attractive, and marketable product photographs. Participants became more capable of using natural lighting, arranging product composition, and selecting appropriate photo angles. In addition, the training encouraged participants to understand the importance of visual presentation in digital marketing. Several participants began using social media to promote their products after the training. Overall, the activity contributed to strengthening the marketing capacity of the farmer group and supporting wider market access for processed banana products.

**Keywords:** product photography, smartphone, digital marketing, farmer group.

### Pendahuluan

Kelompok Tani Pade Girang merupakan salah satu kelompok masyarakat yang aktif di desa Landah, kecamatan Praya Timur, Kabupaten Lombok Tengah. Mayoritas kelompok tani yang ada di desa Landah menggeluti komoditi padi dan tembakau karena sesuai dengan kondisi tanah serta iklim yang ada. Selain dua komoditi tersebut, desa Landah memiliki sumberdaya melimpah yaitu buah pisang yang banyak tumbuh di lahan pekarangan warga. Sejauh ini, pisang tidak hanya dikonsumsi

sebagai camilan, tetapi sudah mulai diolah menjadi berbagai produk seperti bolu pisang (Setiawan et al, 2025). Namun, upaya diversifikasi produk tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan kemampuan pemasaran yang memadai, terutama dalam hal penyajian visual produk.

Dalam konteks pemasaran modern, tampilan visual menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat beli konsumen (Hawari & Purwanto, 2025). Foto produk tidak lagi sekedar pelengkap, melainkan bagian dari strategi

komunikasi yang mampu membentuk persepsi kualitas dan daya tarik suatu produk (Susanti, 2026). Namun, sebagian besar anggota kelompok tani pade girang masih memotret produk secara sederhana tanpa mempertimbangkan aspek pencahayaan, komposisi, maupun latar belakang. Sehingga hasil foto belum mampu merepresentasikan kualitas produk secara optimal.

Kondisi tersebut menjadi salah satu kendala dalam memperluas jangkauan pemasaran, terutama ketika produk dipasarkan melalui media sosial seperti facebook ataupun whatsapp. Di sisi lain, peluang pasar untuk produk olahan pisang cukup terbuka, seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk pangan lokal yang variatif dan praktis (Riyanti *et al*, 2026). Oleh karena itu, diperlukan upaya yang tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga pada penguatan aspek pemasaran, termasuk kemampuan menghasilkan foto produk yang menarik dan informatif (Situmorang *et al*, 2026).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini berfokus pada pelatihan foto produk bagi Kelompok Tani Pade Girang sebagai bagian dari rangkaian pelatihan diversifikasi olahan pisang. Melalui kegiatan ini, diharapkan anggota kelompok tidak hanya mampu menghasilkan produk yang beragam, tetapi juga memiliki keterampilan dasar dalam menampilkan produknya secara lebih menarik. Dari kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat mendukung peningkatan daya saing produk sekaligus memperluas akses pasar bagi kelompok tani pade girang.

## Metode

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada bulan juni-juli 2025 dengan menggunakan metode partisipatif. Metode ini tidak hanya dilakukan dengan pemberian materi, tetapi juga mendampingi peserta selama proses praktik berlangsung sebagaimana kegiatan yang telah dilakukan oleh Fuadillah, *et al* (2021). Pendekatan ini dipilih agar peserta lebih mudah

memahami materi karena sebagian besar anggota kelompok tani pade girang belum memiliki pengalaman dalam foto produk. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam beberapa tahapan sebagai berikut.

### 1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan observasi lapangan dan diskusi dengan pengurus kelompok tani Pade Girang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta, serta kemampuan awal anggota kelompok dalam penggunaan smartphone sebagai media promosi.

### 2. Tahap Pelatihan

Sebelum pelatihan dimulai, dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya visual produk dalam pemasaran digital. Pada sesi ini peserta diberikan pemahaman bahwa kualitas foto memiliki pengaruh terhadap minat konsumen dan nilai jual produk. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan contoh perbandingan antara foto produk yang kurang menarik dengan foto yang telah ditata secara baik. Pelatihan dilaksanakan melalui metode ceramah singkat, demonstrasi, dan praktik langsung.

Setelah penyampaian materi, peserta diminta mempraktikkan secara langsung proses pengambilan foto produk yang mereka miliki. Tim pengabdian mendampingi peserta selama praktik berlangsung sehingga setiap peserta dapat mencoba berbagai teknik fotografi secara mandiri.

### 3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Indikator evaluasi meliputi kemampuan menggunakan kamera smartphone, kemampuan mengatur pencahayaan, penataan produk, serta kualitas hasil foto yang dihasilkan peserta. Keberhasilan kegiatan ditunjukkan dari meningkatnya pemahaman dan keterampilan anggota kelompok tani pade girang dalam menghasilkan foto produk yang lebih baik jika dibandingkan sebelum pelatihan dilaksanakan.

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan survey pendahuluan dengan melakukan diskusi singkat dengan perwakilan

anggota kelompok tani pada girang. Pada tahap ini bertujuan untuk mengkaji kendala apa yang dihadapi oleh responden dalam menjalani usaha produk olahan buah pisang.

Setelah dilakukan diskusi disepakati bahwa kegiatan pelatihan dilaksanakan di salah satu rumah anggota pada girang dan diikuti oleh lima belas peserta. Selain itu, tim pengabdian juga menyiapkan bahan pelatihan seperti materi tentang foto produk, serta perlengkapan pendukung seperti alas foto, perlengkapan tambahan, dan objek produk yang akan digunakan saat praktik.



Gambar 1. Kegiatan Survey Pendahuluan (Sumber : Pengabdian, 2025)

Kegiatan pelatihan foto produk diawali dengan pembagian lembar pre test untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman peserta mengenai peran dan teknik dari foto produk.



Gambar 2. Situasi Pengisian Kuesioner (Sumber : Pengabdian, 2025)

Setelah peserta mengisi lembar pre test dilanjutkan dengan pemaparan materi singkat tentang foto produk dan beberapa fungsi dari

kamera *smartphone*. Selain penyampaian materi, diadakan pula sesi diskusi bersama peserta terkait kegiatan pemasaran produk yang telah dilakukan. Adapun materi yang diberikan adalah sebagai berikut:

- a. pengenalan fitur kamera *smartphone* seperti tombol shutter, mode pemotretan, setting di kamera *handphone* (Widiyanti et al, 2024),
- b. teknik pengambilan gambar,
- c. pengaturan pencahayaan alami,
- d. penataan produk,
- e. pemilihan latar belakang,
- f. serta teknik editing sederhana menggunakan aplikasi pada *smartphone*.



Gambar 3. Situasi Ketika Pemberian Materi (Sumber : Pengabdian, 2025)

Pada saat pemaparan materi dan diskusi diketahui bahwa sebagian besar peserta sebelumnya masih memanfaatkan cara pemasaran yang sangat sederhana. Produk hasil olahan pisang biasanya dipasarkan secara langsung kepada pembeli atau dijual melalui media sosial (whatsapp) tanpa memperhatikan kualitas tampilan visual produk. Kondisi ini menyebabkan produk yang dipasarkan kurang mampu menarik perhatian konsumen, terutama pada pemasaran digital yang sangat bergantung pada kualitas foto.

Sebelum kegiatan pengabdian ini dilakukan, peserta menganggap bahwa pengambilan foto produk memerlukan kamera profesional dan peralatan yang mahal. Setelah diberikan penjelasan dan demonstrasi, peserta mulai memahami bahwa *smartphone* yang mereka miliki sebenarnya sudah cukup memadai untuk

menghasilkan foto produk yang baik apabila digunakan dengan teknik yang tepat. Setelah pemaparan materi dan diskusi selesai, dilanjutkan dengan pembuatan mini studio seperti penyiapan latar ataupun perlengkapan tambahan, dan disusul dengan kegiatan foto produk oleh peserta didampingi oleh pemateri.



Gambar 4. Peserta Mempraktekkan Foto Produk  
(Sumber : Pengabdian, 2025)

Selama pelatihan berlangsung, peserta terlihat lebih mudah memahami materi ketika praktik dilakukan secara langsung. Penggunaan contoh nyata dari produk olahan pisang milik peserta sendiri membuat suasana pelatihan lebih aktif dan komunikatif. Peserta dapat melihat secara langsung perbedaan hasil foto sebelum dan sesudah dilakukan pengaturan pencahayaan, penataan produk, dan pemilihan sudut pengambilan gambar.

Hasil praktik menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam beberapa aspek dasar fotografi produk. Sebelum pelatihan, sebagian besar foto diambil tanpa memperhatikan pencahayaan dan komposisi gambar. Setelah pelatihan, peserta mulai mampu memanfaatkan cahaya alami, menentukan latar belakang yang lebih sederhana, serta mengambil gambar dari sudut yang lebih menarik. Hasil foto menjadi lebih jelas, fokus, dan memiliki tampilan yang lebih layak digunakan sebagai media promosi. Hasil

pengabdian ini sejalan dengan kegiatan yang telah dilakukan oleh Isnawati *et al.*, (2022), bahwa terjadi peningkatan kemampuan dasar fotografi setelah dilakukan pelatihan.

Pendampingan yang dilakukan selama praktik memberikan pengaruh positif terhadap pemahaman peserta. Banyak peserta yang awalnya masih kesulitan mengatur fokus kamera dan pencahayaan menjadi lebih percaya diri setelah mendapatkan arahan secara langsung. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga mendorong perubahan pola pikir anggota kelompok tani terhadap pentingnya pemasaran digital. Peserta mulai memahami bahwa foto produk bukan hanya dokumentasi, tetapi bagian dari strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Perubahan pemahaman ini menjadi salah satu capaian penting dalam kegiatan pengabdian (Zunaidi, 2024). Beberapa peserta mulai mengunggah hasil foto produk mereka ke media sosial setelah pelatihan selesai. Hal ini menunjukkan adanya respon positif dan ketertarikan peserta untuk memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran hasil olahan pisang. Berikut ini disajikan perbandingan foto produk sebelum dan sesudah dilaksanakan pelatihan.



Gambar 5. Hasil Foto Produk Kelompok Tani Pade Girang Sebelum Kegiatan Pelatihan



Gambar 6. Hasil Foto Produk Peserta  
(Sumber : Pengabdian, 2025)

## Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan foto produk menggunakan smartphone pada Kelompok Tani Pade Girang berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari peserta. Pelatihan ini tidak hanya menambah pemahaman peserta mengenai teknik dasar fotografi produk, tetapi juga meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan smartphone sebagai media promosi produk olahan pisang. Hasil praktik menunjukkan adanya perubahan kualitas foto yang dihasilkan peserta menjadi lebih jelas, rapi, dan layak digunakan untuk pemasaran digital. Selain peningkatan kemampuan teknis, pelatihan ini turut mendorong perubahan pola pikir peserta terhadap pentingnya pemasaran digital sebagai upaya memperluas jangkauan pasar produk olahan pisang. Hal ini ditunjukkan dengan salah satu peserta mulai memanfaatkan media sosial untuk mengunggah hasil foto produk mereka setelah kegiatan selesai dilaksanakan.

## Saran

Kegiatan pelatihan seperti ini perlu dilakukan secara berkelanjutan agar kemampuan

peserta dapat terus berkembang, terutama pada aspek editing foto, pembuatan konten promosi, dan pengelolaan media sosial untuk pemasaran produk. Pendampingan lanjutan juga diperlukan agar peserta tidak hanya mampu menghasilkan foto produk yang baik, tetapi juga dapat menerapkannya secara konsisten dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selain itu, kelompok tani diharapkan dapat membentuk media promosi bersama, seperti akun media sosial kelompok atau katalog digital produk, sehingga hasil olahan pisang yang diproduksi memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas.

## Daftar Pustaka

- Fuadillah, S., Amalia, A. A., & Nur, K. W. (2021). Pelatihan food photography bagi kelompok UKM kuliner Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 151.
- Hawari, M. S., & Purwanto, E. (2025). Komunikasi Visual Dalam Pemasaran Produk Industri Kreatif. *Jurnal Nomosleca*, 11(2), 259-267.
- Isnawati, S. I., Budiyanto, A. E., & Ali, A. (2022). Pelatihan Fotografi Produk Menggunakan Smartphone Untuk Meningkatkan Visual Branding Pada UMKM Kerajinan Tanduk Sapi Desa Pucang, Magelang. *Abdi Makarti*, 1(2), 88-93.
- Riyanti, Irma Hakim, Wanda Laksniyunita, Yeheskial Nggandung, & Lisna Bantulu. (2026). Pengembangan Produk Snack Berbasis Pisang Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 23618–23629.  
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6005>
- Situmorang, I. R., Liandro, L., David, D., Veri, V., Wilbert, W., & Fadhia, S. (2026). Pendampingan Digital Marketing dan Optimalisasi Foto Produk bagi UMKM Kuliner Rumahan untuk Meningkatkan Penjualan melalui Instagram dan Marketplace. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 4(03), 740-753.

- Setiawan, R. N. S., Hidayanti, A. A., Febrilia, B. R. A., Budastra, I. K., & Zaini, A. (2025). Pemberdayaan Kelompok Tani Pade Girang Melalui Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Bolu Pisang. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8(3), 806-810.
- Susanti, I. (2026). Peran Fotografi Sebagai Media Ilustrasi Dalam Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Kosmetik Madame Gie. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 8(2), 247-259. <https://doi.org/10.30998/hfvrph90>.
- Widiyanti, N. M. N. Z., Sudika, I. W., Hidayanti, A. A., Mandalika, E. N. D., & Setiawan, R. N. S. (2024). Pelatihan Pembuatan Foto Produk sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Pada Media Sosial. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2384-2390.
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis Untuk Memberdayakan Komunitas*. Ed. 1, Yayasan Putra Adi Dharma : Yogyakarta.