

**MENINGKATKAN NILAI PRODUK AGAR LEBIH KOMPETITIF
DENGAN FOTO STUDIO MINI *PORTABLE* PADA WARGA RW 05
PASANGGRAHAN-JAKARTA SELATAN**

Amirudin¹, Budi Syamtoro², Dede Hendra³, Didi Sunardi⁴,
Prihadi Dwianggoro⁵
Universitas Pamulang
Email: dosen02272@unpam.ac.id

Abstract

The purpose of implementation Community Service (PKM) activities is to help business actors in RW 05 Pasanggrahan, South Jakarta, especially those who have online businesses to increase the value of their products by using portable mini studios so that the images displayed have high selling value and can compete. The Community Service (PKM) method is carried out directly and starts from a field survey such as having direct discussions with local administrators to identify the needs and obstacles faced by business actors, then the socialization stage, providing materials and training are carried out by the team. The output target to be achieved in this Community Service (PKM) activity is that business actors, especially those selling online, are able to manage their product images well so that the product value is high and can compete with other business actors. In addition, this Community Service Activity (PKM) will be published in the form of a journal and published in the mass media or national newspaper.

Keywords: Product Value and Mini Portable Studio.

Abstrak

Tujuan dilaksanakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah untuk membantu para pelaku usaha RW 05 Pasanggrahan, Jakarta Selatan khususnya yang memiliki usaha *online* untuk meningkatkan nilai produknya dengan menggunakan mini studio *portable* sehingga gambar yang ditampilkan memiliki nilai jual yang tinggi dan dapat bersaing. Adapun metode Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan secara langsung dan dimulai dari survei lapangan seperti berdiskusi langsung dengan pengurus setempat untuk mengidentifikasi kebutuhan dan hambatan yang dihadapi oleh para pelaku usaha, selanjutnya tahap sosialisasi, pemberian materi dan pelatihan dilakukan oleh tim. Target luaran yang akan dicapai dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah para pelaku usaha khususnya yang berjualan *online* mampu mengelola gambar produknya dengan baik sehingga nilai produknya tinggi dan mampu bersaing dengan para pelaku usaha lainnya. Disamping itu, Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini akan di publikasikan dalam bentuk jurnal dan termuat pada media massa atau surat kabar nasional.

Kata Kunci: Nilai Produk dan Mini Studio *Portable*.

A. PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi adalah suatu usaha untuk meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat, karena dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Masyarakat dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan atau potensi yang ada pada diri sendiri maupun yang berada di wilayah masing-masing sehingga kebutuhan mereka masih bisa dipenuhi. Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Dengan adanya peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik sehingga mampu mengurangi tingkat urbanisasi yang tinggi. Selain itu, dengan adanya usaha yang menitik beratkan pada peluang yang ada di daerah sekitar, diharapkan mampu menjadi ikon atau ciri khas dari daerah tersebut.

Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup itu diantaranya dengan melakukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Perkembangan usaha kecil menengah diperkirakan lebih baik karena makin terbukanya kesempatan berusaha serta adanya konsolidasi di kalangan para pelaku usaha dalam mengatasi keterbatasan akses permodalan. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Menurut UU No. 20 tahun 2008 Pasal 1 disebutkan bahwa:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS), usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. BPS mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu: (1) industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang; (2) industri kecil dengan pekerja 5-19 orang; (3) industri menengah dengan pekerja 20-99 orang; (4) industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih. Pelaksanaan ditujukan untuk ibu rumah tangga dan umumnya warga dalam kegiatan ini akan menambah kekuatan serta kemampuan dalam melaksanakan pembangunan ekonomi daerah tertentu. Peranan wanita dalam perkembangan saat ini sangat besar sumbangan wanita dalam ekonomi masyarakat dan rumah tangga maupun dalam kehidupan keluarga. Nampaknya perkembangan masyarakat dewasa ini memerlukan partisipasi perempuan. Bagi wanita yang rendah ekonomi keluarga, terutama dari kalangan ekonomi bawah, tidak ada pilihan lain kecuali berupaya membantu suami atau keluarga untuk menambah penghasilan atau pendapatan dengan jalan berperan ganda walaupun kualitas sumber daya manusia (keterampilan) yang mereka miliki relative rendah sehingga alternatif berusaha atau pekerjaan yang di pilih sangat terbatas. Tegasnya, peran ganda perempuan atau ibu rumah tangga memasukan untuk menunjang perbaikan kondisi ekonomi keluarga peran

ganda di mana itu dipengaruhi berbagai faktor, di antaranya faktor nilai budaya atau adat istiadat, jumlah anggota keluarga, penghasilan keluarga, jenis dan tingkat ketrampilan yang dimiliki perempuan atau Ibu rumah tangga dan lain-lain.

Ibu Rumah Tangga (IRT) RW 05 Pasanggrahan merupakan warga yang ada di Kecamatan, Jakarta Selatan, dalam pemenuhan kebutuhannya selain bekerja, tidak lepas dari kegiatan usaha (UKM) mulai dari berjualan secara *offline* dan *online*. Keberadaan UKM tersebut hendaknya diharapkan dapat memberi kontribusi yang cukup baik terhadap kesejahteraan masyarakat khususnya dalam upaya penanggulangan masalah-masalah social yang ada di lingkungan warga sekitar. Prakteknya dalam kegiatan usaha tersebut seringkali terkendala dalam pemasarannya dari mulai kemasan sampai dengan saluran pemasaran lainnya. Selain menjual produknya secara langsung kepada konsumen, masyarakat juga memasarkan produknya melalui media *online* (*E-Marketplace*) sehingga ini menjadi alternatif pemasarannya terutama dalam kondisi pandemik saat ini, sangat membantu karena jangkauan pasarnya lebih luas, tidak mengenal waktu dan tempat.

Penggunaan teknologi atau *E-Marketplace* ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap para pelaku usaha atau bisnis yang kompetitif, para pelaku yang dapat bersaing dalam kompetisi adalah para pelaku usaha yang mampu mengimplementasikan teknologi dalam usahanya. Salah satu jenis implementasi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan *electric commerce* (*e-commerce*) yaitu untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Dengan ini *e-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa atau informasi melalui media internet (Indrajit, 2001). Menjual produk secara *online* mempunyai tantangan yang berbeda dari menjualnya langsung, seperti foto produk kurang menarik dan ini berakibat sangat fatal karena bisa saja produk tersebut tidak menjadi pilihan konsumen dan dampaknya juga produk tersebut tidak terjual sehingga bisa merugikan para pelaku usaha. Gambar produk juga dapat meningkatkan nilai daripada produk itu sendiri dan hal ini sangat perlu diperhatikan khusus dalam proses pengambilan gambarnya. Nilai adalah suatu alat yang dapat mengukur dan memberikan ukuran untuk apa yang sudah kita lakukan. Nilai merupakan sebuah perhitungan baik logika atau hanya kata – kata tentang sesuatu yang dilihatnya.

Nilai menjadi sangat penting karena dapat membandingkan satu hal dengan hal lainnya yang sama. Ini juga berlaku untuk sebuah produk yang dijual. Nilai yang dilihat disini bukan hanya sebatas harga, berat, ukuran, dan perhitungan logika lainnya. Namun nilai produk juga dapat berupa sebuah perbandingan dengan produk yang ditawarkan orang lain dengan jenis yang sama dan nilai juga bisa semua yang terlihat terkait produk tersebut dalam hal ini gambar. Nilai yang terkandung dalam suatu produk akan sangat berpengaruh terhadap nilai jual dipasaran nantinya. Saat kita ingin membeli suatu produk, tentu saja kita membutuhkan sesuatu yang dapat meyakinkan kita bahwa barang atau produk tersebut memang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kita. Hal tersebut bisa berupa bentuk, rasa, ukuran, warna, harga dan tampilan (gambar). Proses mendapatkan gambar yang standar dari produk tersebut sebetulnya tidak perlu mengeluarkan biaya besar bisa menggunakan studio mini (*portable*). Studio tersebut bisa beli dengan harga terjangkau atau bisa menggunakan peralatan dan perlengkapan yang ada. Dengan menggunakan foto yang standar diharapkan bisa meningkatkan penjualan dan memaksimalkan pemasaran pada media *online*. Dengan demikian, bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan masalah tersebut maka kami tertarik untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di lingkungan warga RW 05 Pasanggrahan dengan

judul “Meningkatkan Nilai Produk Agar Lebih Kompetitif Dengan Studio Mini Portable”.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan secara langsung memberikan pemaparan penting yang berkaitan dengan pentingnya nilai suatu produk karena nilai sangatlah penting dibentuk untuk dapat menarik dan membandingkan produk kita dengan produk para kompetitor kita. Nilai bukan hanya berupa perhitungan angka, nilai juga dapat berupa tatapan pertama pada sebuah produk. Saat kita ingin memberikan nilai tambah pada produk yang kita ciptakan dan kita jual, kita harus tahu terlebih dahulu apa yang membuat produk kita pantas mendapatkan nilai tambah lebih dari yang lain.

Disamping itu juga memberikan pemaparan terkait cara pengambilan gambar produk yang baik dengan menggunakan studio mini hal ini karena Apabila menjual barang secara online, foto produk bisa membuat perbedaan, antara keputusan pelanggan untuk membeli atau tidak membelinya. Sangatlah penting untuk memastikan bahwa fitur dan eksterior barang tersebut ditangkap secara akurat. Sebagian hal penting untuk diingat ketika melakukannya adalah, panjang fokus dan aperture lensa, serta penggunaan cahaya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bekerjasama dengan warga RW 05 Pasanggrahan, Jakarta Selatan, Jl. Mawar 3 RT 004 Bintaro Pasanggrahan, Jakarta Selatan. Usaha yang dimiliki oleh warga RW 05 ini beragam dari mulai jualan pakaian, makanan dan kebutuhan rumah tangga lainnya.

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini ada beberapa tahapan, adapun tahapannya yaitu:

1. Tahap persiapan, tahapan ini dilakukan terlebih dahulu seperti pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran, dalam tahapan ini meliputi Tahap Survey Awal yaitu pada tahap ini dilakukan peninjauan dan survey langsung di lapangan untuk memperoleh dan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Dari hasil tahapan ini, proses pemasaran dan jual beli masih dilakukan secara manual seperti *off store* dan pembukuannya juga diproses secara manual. Disamping itu juga ada beberapa yang masih menggunakan gambar yang tidak standar.
2. Tahap pemberian teori, tahap ini akan menjelaskan terkait keuntungan dan kelebihan proses usaha menggunakan gambar yang standar, teori ini di dapat dari pengalaman sendiri dan studi literatur yaitu dengan mencari teori dari berbagai sumber yang berhubungan dengan tema. Pada proses ini juga, akan terjadi interaksi dengan audien dalam pembahasan materi yang berhubungan secara tidak langsung, karena isu ini juga penting untuk perbandingan dengan tema utamanya dan agar lebih banyak inovasi yang tidak ada dalam pembahasan yang berhubungan secara langsung.
3. Tahap perancangan, tahap ini dilakukan setelah persiapan produk dan peralatan lengkap serta penentuan jenis mini studi portable yang akan digunakan. Tahap ini juga dilaksanakan setelah semua peserta memiliki produk atau sampel yang akan di foto, sehingga akan mempermudah pada proses tahap selanjutnya, dengan kata lain pada tahapan ini adalah memilih produk yang baik. Pada tahapan ini juga, dilakukan pilihan akan kebutuhan perlengkapan dan peralatan.
4. Tahap melihat contoh, tahap ini akan menjelaskan dan memberikan contoh dengan melihat produk yang standar yang diterapkan pada pasar *online* atau *marketplace*,

tahapan ini juga penting agar bisa membandingkan gambar produk yang baik dengan yang kurang baik.

5. Tahap praktek, tahap ini memiliki tujuan untuk memberikan contoh bagaimana mendapatkan hasil yang lebih baik dalam menggunakan studio mini.
6. Proses tanya jawab, tahap ini bertujuan apabila ada hal yang harus di diskusikan, tahap ini juga berlangsung saat proses implementasi berlangsung. Dengan tahapan terakhir ini diharapkan semua peserta yang sudah memiliki produk dapat mengimplementasikannya, sehingga akan di sesuaikan dengan masing-masing unit usaha atau produk yang dimiliki.



Gambar 1
Foto Pemberian Materi

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi warga yang sudah memiliki usaha atau yang belum karena memberikan pemaparan secara teori dan teknis, peserta dalam hal ini warga di RW 05 Pasanggrahan, Jakarta Selatan belum mengetahui mengenai teknik dan strategi mengambil gambar yang menarik dan memiliki nilai jual, khususnya dengan menggunakan mini studio *portable*. Setelah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan, pemberian materi dan sekaligus praktek terkait pengambilan gambar yang baik, peserta menjadi paham dan termotivasi untuk menggunakan gambar yang lebih menarik pada usahanya.

Saran

Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diharapkan masyarakat khususnya warga RW 05 Pasanggrahan, Jakarta Sselatan dapat memahami pentingnya menggunakan gambar yang baik untuk produk yang dijual sehingga produk tersebut mampu bersaing secara kompetitif dengan yang lainnya dan dapat dipasarkan secara luas melalui media sosial atau *online* lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Biro Pusat Statistik (BPS). www.bps.go.id

Indrajit, Ricardus. (2001). E-Commerce Kiat dan Strategi di Dunia Maya. Jakarta: PT Elex Media Komputerindo

<https://selatan.jakarta.go.id/page-kec-pesanggrahan>

<http://jasafotojakarta.com/gambarmu-akan-sempurna-dengan-teknik-pencahayaan-fotografi-makanan-ini/>

Irfanudin, A.M., Sunardi, D., Sari, R., Imbron., & Nariah. (2020). Peran Seo dalam Meningkatkan Reliabilitas Pemasaran Produk Via Media Online pada Forum Muslimah Depok. *DEDIKASI PKM*, 1(1), 80–85. 21-25

Lativa., Sanjaya, R., Farida, S.I., Choir, F.A., & Sunardi, D. (2020). Pelatihan Perhitungan Pajak Pph Pasal 21, Pasal 23, dan Pph Pasal 4 Ayat 2 Kepada Kepala Sekolah, Bendahara, Administrasi SMP Kota Tangerang Selatan Gugus 02. *DEDIKASI PKM*, 1(1), 80–85.

Permada, D.N.R., Haryoko, U.B., Savitri, E., Sunardi, D., & Supriatna, A. (2020). Strategi Pemasaran Lembaga Amil Zakat Nahwa Nur Untuk Meningkatkan Donatur Di Masa Pandemi Covid-19 Di Cibinong, Bogor, Jawa Barat. *DEDIKASI PKM*, 1(3), 41-47.

Prasetyani, D., Sunardi, D., Karolina, Sari, R., & Faisal (2020). Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Produktivitas pada Kelurahan Paninggilan Utara Kecamatan Ciledug. *DEDIKASI PKM*, 1(2), 50-54.

Solihin, D., Prasetyani, D., Sari, A. R., Sugiarti, E., & Sunardi, D. (2020). Pemanfaatan Botol Bekas Sebagai Penyaring Air Bersih Sederhana Bagi Warga Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 1(3), 98–102.

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi* 4(1).

Solihin, D., dan Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 3(3).

Sunardi, D. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Bbta3-Bppt Kawasan Puspiptek Setu Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*. 1(1).

Sunardi, D., Irfanudin, A.M., Budi, S., Hendra, D., & Jamil, I. (2021). Penyuluhan Pemberdayaan Koperasi Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Warga Rw. 04 Sektor III Bumi Puspiptek Asri Pagedangan Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 2(2), 245-250.

Undang-Undang No.20 Tahun 2008