

IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI VISUALISASI FOTO PRODUK UNGGULAN BATIK BAKARAN KABUPATEN PATI

Diana Laily Fithri¹⁾, Diah Ayu Susanti²⁾

Rochmad Winarso³⁾, Achmad Ridwa⁴⁾

Universitas Muria kudus^{1),2),3)}

Universitas Muhammadiyah kudus⁴⁾

E-mail: Diana.laily@umk.ac.id , diah.ayu@Umk.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk optimalisasi kreatifitas melalui pembuatan foto produk dalam manajemen pemasaran bagi pelaku UMKM yang menjadi mitra diantaranya UKM Batik Bakaran Yuliatiwarno dan Batik Misih, diharapkan meningkatkan daya saing dalam memasarkan produk batik yang merupakan unggulan daerah Kabupaten Pati. Tujuan pengabdian membantu dalam peningkatan kreativitas dalam pemasaran digital UMKM Batik Bakaran yang memiliki potensi besar sebagai produk budaya lokal yang bernilai ekonomi tinggi. Kemampuan bersaing di pasar digital masih rendah akibat keterbatasan kualitas visual pada konten pemasaran, khususnya foto produk yang belum memenuhi standar estetika dan teknik fotografi komersial. Kegiatan ini dirancang untuk membantu mitra dalam meningkatkan efektivitas pemasaran digital melalui pembuatan foto produk unggulan yang profesional dan menarik. Metode pelaksanaan mencakup analisis kebutuhan dan permasalahan pemasaran UMKM, pelatihan intensif mengenai teknik dasar dan lanjutan dalam fotografi produk. Metode yang digunakan pendampingan dengan memberikan penguatan kapasitas strategi pemasaran digital. Evaluasi dilakukan melalui uji kualitas foto sebelum dan sesudah pelatihan, wawancara mitra, dan analisis keterlibatan audiens pada platform digital. Peningkatan visibilitas di platform digital ditandai kenaikan interaksi dan ketertarikan calon pembeli. Program ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat daya saing UMKM Batik Bakaran serta membuka peluang ekspansi pasar lebih luas melalui pemanfaatan pemasaran digital berbasis visual.

Kata kunci: UMKM, Pemasaran, Foto Produk

Abstract

Community service activities aim to optimize creativity through the creation of product photos in marketing management for MSMEs who are partners including Batik Bakaran Yuliatiwarno and Batik Misih, are expected to increase competitiveness in marketing batik products which are the flagship of Pati Regency. The purpose of community service is to help increase creativity in digital marketing of Batik Bakaran MSMEs which have great potential as local cultural products with high economic value. Competitiveness in the digital market is still low due to limited visual quality in marketing content, especially product photos that do not meet aesthetic standards and commercial photography techniques. This activity is designed to help partners in increasing the effectiveness of digital marketing by creating professional and attractive photos of superior products. The implementation method includes analysis of MSME marketing needs and problems, intensive training on basic and advanced techniques in product photography. The method used is mentoring by providing capacity building for digital marketing strategies. Evaluation is carried out through photo quality tests before and after training, partner interviews, and analysis of audience

engagement on digital platforms. Increased visibility on digital platforms is marked by increased interaction and interest from potential buyers. This program makes a real contribution to strengthening the competitiveness of Batik Bakaran MSMEs and opening up opportunities for wider market expansion through the use of visual-based digital marketing.

Keywords: Batik Bakaran, MSMEs, Marketing, Product Photography

A. PENDAHULUAN

Pemerintah Kabupaten Pati dalam rencana strategisnya telah mencanangkan pengembangan industri skala UKM di Kecamatan Juwana, khususnya di desa Bakaran yaitu batik, yang dikenal dengan batik Bakaran sebagai salah satu produk unggulan daerah di sektor industri kreatif. Batik Bakaran merupakan salah satu warisan budaya lokal yang berasal dari Desa Bakaran Wetan dan Bakaran Kulon, Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati. Batik ini memiliki ciri khas motif geometris, flora-fauna, serta penggunaan warna-warna gelap dan tegas yang dipengaruhi oleh sejarah panjang perkembangan industri batik pesisir di Jawa. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian global, khususnya dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM seringkali terletak pada keterbatasan sumber daya dan akses pasar yang terbatas. Dalam konteks ini, pemasaran menjadi kunci untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Di era digital, pemasaran berbasis visual menjadi kunci utama dalam mempromosikan produk kerajinan lokal. Foto produk yang berkualitas tidak hanya merepresentasikan identitas batik, tetapi juga menentukan daya tarik konsumen dalam proses pengambilan keputusan (Handayani et al., 2025).

Foto produk berkontribusi signifikan dalam membangun dan memperkuat identitas merek di media sosial. Elemen visual yang konsisten, seperti skema warna, latar belakang, dan gaya, membantu menciptakan citra merek yang kohesif dan mudah dikenali. Dengan memasukkan elemen visual ini ke dalam foto produk, bisnis dapat memperkuat identitas unik merek mereka dan membedakan diri dari pesaing. Konsistensi ini membantu membangun pengenalan dan ingatan merek di kalangan pengguna media sosial (Putri et al., 2023). Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk untuk 1) Meningkatkan keterampilan mitra dalam menghasilkan foto produk yang berkualitas, 2) Mengembangkan pemahaman mitra terhadap strategi pemasaran digital, dan 3) Meningkatkan jangkauan daya saing batik bakaran yang lebih luas.

Kreativitas dalam manajemen pemasaran adalah sangat penting untuk meningkatkan daya saing usaha, baik itu usaha besar maupun usaha kecil dan menengah (UMKM). Pengabdian masyarakat dapat membantu dalam peningkatan kreativitas dalam manajemen pemasaran, seperti yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengenai

optimalisasi pemasaran UMKM makanan dengan pemanfaatan *Whatsapp Business* (Supri & Patra, 2021). Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu usaha meningkatkan penjualan dan daya saing produk (Hairudinor & Hidayat, 2023). Peningkatan kreativitas dalam manajemen pemasaran dapat menggunakan teknologi digital seperti digital marketing, yang dapat menjadi strategi promosi dan pemasaran produk untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk hasil UMKM (Hairudinor & Hidayat, 2023). Mitra dapat mempraktikkan kreativitas dalam manajemen pemasaran melalui pelatihan dan praktik seperti pengembangan strategi pemasaran, penggunaan teknologi sosial media, dan pengembangan produk yang efektif. UMKM yang memiliki keterampilan dalam menghasilkan merupakan wujud implementasi visual dalam meningkatkan penjualan (Kurniawan et al., 2024).

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan program pengabdian dilaksanakan dengan kerjasama tim pengabdian PM-UPUD UMK dengan UKM pemilik batik misih dan Batik Yuliati Warno yang beralamatkan Jl. Juwana - Tayu Km 3 Langgenharjo 7/3 Juwana. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Sabtu, 2 Agustus 2025 yang dihadiri 12 peserta. Pelaksanaan metode kegiatan pengabdian diantaranya dengan beberapa tahapan untuk mencapai target luaran yang diharapkan. Diantaranya tahapan pengabdian ini adalah sebagai berikut :

1. Koordinasi dan Kerjasama dengan Dinas Koperasi da UMKM Kabupaten Pati
2. Sosialisasi dengan pemilik batik Misih dan Yuliati Warno tentang pentingnya *digital marketing* UKM khususnya batik Bakaran Juwana
3. Pendampingan visualisasi foto produk dalam meningkatkan pemasaran
4. Diskusi dan tanya jawab atas materi yang belum dipahami
5. Adanya evaluasi kegiatan pengabdian sehingga memberikan pemahaman peserta.



Gambar 1 : Tahap Pelaksanaan Pengabdian

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian Universitas Muria Kudus melaksanakan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan bekerja sama dengan para pelaku UMKM Batik Bakaran di Kabupaten Pati. Fokus kegiatan adalah meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan pemasaran digital melalui perbaikan visualisasi foto produk. Selama pelaksanaan, tim PKM memberikan pelatihan, pendampingan teknis, serta praktik langsung pengambilan foto produk dengan perangkat sederhana namun efektif. Pelaku UMKM terlibat aktif dan antusias dalam setiap kegiatan, yang dilaksanakan pada Sabtu, 2 Agustus 2025. Peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian sebanyak 12 peserta .

Materi yang diberikan kepada peserta mengenai implementasi pemasaran digital melalui visualisasi foto produk unggulan Batik Bakaran Kabupaten Pati memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku UMKM. Pada tahap awal kegiatan, ditemukan bahwa sebagian besar UMKM masih memanfaatkan foto produk seadanya, dengan kualitas pencahayaan yang kurang baik, latar belakang yang tidak mendukung, serta komposisi gambar yang belum menonjolkan keunggulan motif Batik Bakaran. Hal tersebut menyebabkan produk kurang menarik ketika dipasarkan melalui media sosial maupun *marketplace* sehingga belum mampu bersaing secara optimal dengan produk batik dari daerah lain .



Gambar 2. Penyampaian materi

Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM mulai memahami bahwa kualitas foto produk memiliki peran penting dalam pemasaran digital. Foto yang menarik dapat menjadi titik awal ketertarikan konsumen dan menjadi faktor utama dalam membangun persepsi profesionalitas sebuah *brand*. Selama proses pendampingan, peserta diberikan pengetahuan mengenai teknik fotografi dasar seperti pengaturan pencahayaan, sudut pengambilan gambar, pemilihan *background*, hingga teknik menampilkan detail motif batik agar terlihat lebih jelas. Pelaku UMKM kemudian mempraktikkan teknik tersebut menggunakan kamera smartphone yang mereka miliki, sehingga kegiatan ini tetap relevan dan aplikatif bagi seluruh peserta pentingnya estetika *visual* dalam pemasaran *digital* melalui pelatihan ini. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu mengaplikasikan keterampilan yang mereka peroleh

dengan cukup baik, yang ditunjukkan oleh peningkatan kualitas *visual* produk yang diaplikasikan pada media digital. Ini merupakan langkah awal yang signifikan dalam meningkatkan nilai jual produk lokal dan memperluas jangkauan pasar melalui platform digital dan media sosial lainnya.

Pengabdian masyarakat dengan implementasi pemasaran digital melalui visualisasi foto produk unggulan Batik Bakaran memberikan dampak langsung bagi mitra khususnya batik Yuliatiwarno dan batik Misih dalam peningkatan kualitas visual tersebut turut berpengaruh terhadap kemampuan UMKM dalam mengelola pemasaran digital. Beberapa UMKM mulai menerapkan strategi unggahan terjadwal, penggunaan caption yang lebih informatif, serta pemilihan tagar yang relevan untuk memperluas jangkauan promosi. Dalam praktiknya, peserta juga diberikan arahan mengenai pentingnya *story telling* dalam deskripsi produk, terutama tentang filosofi motif batik, proses pembuatan, dan nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Hal ini menjadikan pemasaran digital tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada penguatan identitas Batik Bakaran sebagai produk warisan budaya Kabupaten Pati. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan dengan baik dan mendapat tanggapan positif dari para peserta. Pelaku UMKM batik bakaran mendapatkan pemahaman dasar tentang teknik fotografi produk, penggunaan cahaya alami, penggunaan latar belakang yang menarik.

D. SIMPULAN

Kegiatan program pengabdian dilaksanakan dengan kerjasama tim pengabdian PM-UPUD UMK, berupa pendampingan optimalisasi pemasaran digital melalui visualisasi foto produk unggulan Batik Bakaran yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 2 Agustus 2025, Pesertanya adalah 12 anggota UMKM Batik Bakaran. Materi yang diberikan dalam pendampingan mengenai pentingnya estetika *visual* dalam pemasaran digital melalui pelatihan ini. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu mengaplikasikan keterampilan yang mereka peroleh dengan cukup baik, yang ditunjukkan oleh peningkatan kualitas visual produk yang dibuat diaplikasikan pada media digital.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan pendanaan yang telah diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Muria Kudus, khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan fasilitas, pendampingan, dan koordinasi selama proses pelaksanaan kegiatan. Kami menyampaikan apresiasi tulus kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati, UMKM Batik Bakaran Yuliatiwarno dan Batik Misih

yang telah terlibat secara aktif dan memberikan dukungan penuh dalam merealisasikan program ini dengan baik.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, N., Fadhillah, S. K., Komunikasi, I., Malikussaleh, U., Negara, I. A., & Jakarta, U. M. (2025). *As-sidanah Inovasi Pendampingan Fotografi Produk Berbasis Smartphone Untuk Transformasi Visual Marketing*. 7(1), 216–242. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v7i1.216-242>
- Kurniawan, E., Pratama, R. Y., Pujawahyuningsih, W., Ramadani, G., Septiana, F., Dharma, D., Ks, Y., Firmasnyah, R. A., Janati, I. Q., Komputer, F. I., Metro, U. M., & Produk, F. (2024). *Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Sumber Gede terhubung dengan target audiens mereka dan membangun kehadiran merek yang kuat . Salah penggunaan foto produk secara efektif . Dalam entri jurnal ini , kita akan dalam meningkatkan*. 8(2), 69–82.
- Putri, T., Wicaksono, B. T., Artama, R. A., Afriyandi, D., Putri, A., Utami, A. T., Erica, B., & Kharir, M. (2023). *Pendampingan “ Pembuatan Foto Produk ” Pada Marketplace Bagi UMKM RW 09 Kelurahan Pandean Lamper , Kecamatan Gayamsari , Kota Semarang Assistance In “ Product Photo Creation “ On The Marketplace For UMKM RW 09 Pandean Lamper Village , District Gayamsari , Semarang City*. 2(4).
- Supri, Z., & Patra, I. K. (2021). *PENDAMPINGAN MANAJEMEN PEMASARAN DENGAN MEMANFAATKAN IPTEKS PADA USAHA MIKRO , KECIL DAN MENENGAH (UKM) TERDAMPAK*. 5, 968–972.