



PELATIHAN PEMANFAATAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* UNTUK MEMBUAT FOTO PROMOSI BAGI UMKM LEK YATI DI KOTA SALATIGA

Angga Hendrawan¹
Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan¹
research@anggahendrawan.com¹

Abstrak

Kebutuhan terhadap foto produk tidak dapat dipisahkan dari kegiatan untuk mempromosikan produk supaya dapat menarik minat calon pelanggan. Pembuatan foto produk pada umumnya membutuhkan peralatan khusus, ketrampilan teknis atau menggunakan jasa fotografer, hal-hal tersebut membutuhkan pembiayaan yang tidak sedikit dan relatif sulit dijangkau oleh pelaku UMKM dengan kapasitas keuangan terbatas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk melatih pemilik UMKM “Lek Yati” supaya dapat membuat foto produk dengan alat sederhana dan berbiaya rendah menggunakan ChatGPT, yaitu platform *artificial intelligence* (AI) berbasis *text-to-image*. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengoperasikan alat bantu AI untuk menghasilkan foto produk yang lebih menarik untuk keperluan promosi. Pelatihan ini membuka peluang bagi mitra untuk mandiri dalam menghasilkan material promosi tanpa merasa terbebani oleh biaya.

Kata Kunci: pelatihan, kecerdasan buatan, foto produk, UMKM, Salatiga

Abstract

The need for product photography is inseparable from promotional activities aimed at attracting potential customers. Generally, creating high-quality product photos requires specialized equipment, technical skills, or the services of a professional photographer—all of which entail significant costs and are often inaccessible to micro, small, and medium enterprises (MSMEs) with limited financial resources. This community service activity aims to train the owner of the MSME “Lek Yati” to create product photos using simple tools and low-cost methods through ChatGPT, an artificial intelligence (AI) platform based on text-to-image generation. The results of the activity show that participants were able to operate AI tools to produce more appealing product images for promotional purposes. This training provides the partner with the opportunity to independently produce promotional materials without being burdened by costs.

Keywords: training, artificial intelligence, product photography, MSME, Salatiga



1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu skala usaha yang menurut Setyawan (et al, 2025) menghasilkan pengaruh signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan membuka lapangan kerja baru. Nurcahya et.al (2022 dalam Setyawan et.al 2025) menjelaskan bahwa para pelaku UMKM dituntut untuk menyusun strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan pasar lokal dan global yang lebih ketat. Sejalan dengan hal tersebut, Firmansyah (2025) juga menjelaskan bahwa UMKM merupakan pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi lokal, namun kelompok ini dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan daya saing produk. UMKM dapat mengkomunikasikan keunggulan produk melalui penerapan *digital marketing*, yaitu pemasaran melalui platform online, termasuk media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook.

Promosi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam menjalankan aktivitas pemasaran, tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi dan menarik minat pasar terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan maupun publikasi (Kotler dan Armstrong, 2012 dalam Hadynata et al, 2016). Studi yang dilakukan oleh Saputri et al. (2024) memberikan gambaran bahwa UMKM menghadapi sejumlah masalah yang menghambat pertumbuhannya, seperti hambatan dalam promosi, pemasaran dan permodalan. Kendala ini menjadi tantangan tersendiri karena produk-produk UMKM dituntut untuk memenangkan persaingan ditengah keterbatasan sumber daya.

Manusia memasuki era perkembangan teknologi, khususnya media berbasis internet, yang memudahkan sejumlah aspek kehidupan, termasuk untuk kebutuhan pemasaran atau promosi. Kondisi ini didukung oleh angka pengguna internet di Indonesia yang telah mencapai 82 juta orang, sehingga menempati peringkat ke-8 di dunia (Kominfo, 2013 dalam Febriyantoro & Arisandi, 2018). Melihat potensi tersebut, UMKM dapat memanfaatkan penggunaan media berbasis internet, seperti media sosial, untuk membantu mengenalkan produk kepada pelanggan. Pemanfaatan ini dapat dilakukan dengan menciptakan akun resmi untuk usaha/produk, menciptakan konten promosi, dan memanfaatkan fitur iklan berbayar.

Fotografi produk menurut Susilowati et al. (2022) merupakan salah satu bidang di dalam fotografi yang berfokus dalam pengambilan gambar dari suatu produk, baik dari skala yang besar maupun skala yang kecil. Foto produk menurut Kurniawan et al. (2024) merupakan perangkat yang efektif dalam menampilkan fitur dan manfaat yang ditawarkan merek. Produk disajikan dengan cara yang menarik secara visual dan informatif, sehingga dapat menyampaikan proposisi nilai kepada audiens. Foto produk diciptakan dengan resolusi tinggi yang memberikan sorotan khusus terhadap detail utama produk, fungsionalitas, serta ilustrasi dalam penggunaan produk. Visualisasi tersebut akan membantu memberikan gambaran tentang bagaimana produk digunakan di dalam kehidupan sehari-hari, apabila



pengguna media sosial melihat bahwa gambaran tersebut sesuai dengan preferensinya maka mereka akan cenderung terlibat dan mempertimbangkan pembelian. Karena perannya yang signifikan, seringkali pengguna yang awalnya skeptis terhadap proses transaksi online, menjadi percaya dan yakin untuk membeli setelah melihat foto produk yang jelas dan detail.

Pembuatan foto produk yang berkualitas umumnya memerlukan peralatan fotografi khusus, pencahayaan yang memadai, keterampilan teknis, dan bahkan jasa fotografer profesional. Faktor-faktor tersebut kerap menjadi hambatan bagi pelaku UMKM, terutama yang memiliki keterbatasan finansial dan akses terhadap sumber daya pendukung. Akibatnya, banyak UMKM masih mengandalkan proses pembuatan foto produk yang apa adanya dan kurang optimal untuk kepentingan promosi; hasilnya foto tersebut tidak mampu menggerakkan audiens untuk melakukan transaksi atau pembelian produk.

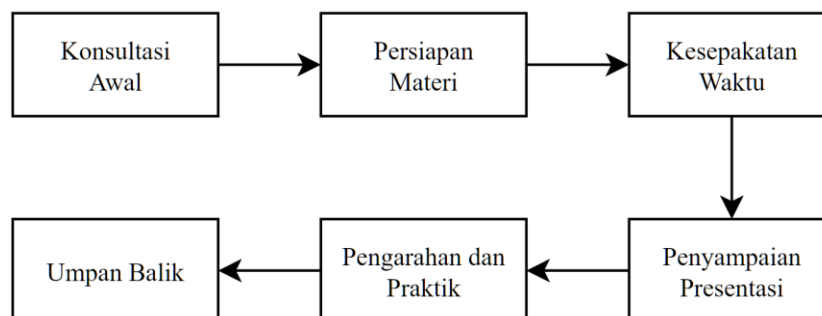
Supaya dapat menghasilkan foto produk dengan sejumlah keterbatasan, para pemilik UMKM dapat meningkatkan kemampuan menggunakan *smartphone* untuk proses pengambilan gambar produk dan memanfaatkan teknologi *artificial intelligence* (AI) untuk melakukan proses editing. Perkembangan teknologi AI membuka peluang baru yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, khususnya dalam hal produksi konten visual. Salah satu inovasi yang relevan adalah pemanfaatan platform AI berbasis *text-to-image*, seperti ChatGPT dengan fitur tambahan untuk menghasilkan gambar. Teknologi ini memungkinkan pengguna menciptakan gambar atau ilustrasi produk hanya dengan memasukkan deskripsi dalam bentuk teks, tanpa perlu keterampilan fotografi atau perangkat khusus.

Merespon kendala yang dihadapi oleh para pemilik UMKM, pengabdian menjalankan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan supaya dapat membekali mereka dengan ketrampilan menggunakan *smartphone* untuk pengambilan gambar produk dan menggunakan ChatGPT untuk membantu melakukan proses editing sehingga dapat menghasilkan foto produk yang menarik untuk keperluan promosi. Kegiatan pelatihan ini akan diberikan Sdri. Sandra Ayu Arprijani sebagai pemilik UMKM “Lek Yati” yang berlokasi di Kota Salatiga. Tujuan kegiatan ini adalah membekali peserta dengan kemampuan dasar dalam memanfaatkan *smartphone* untuk proses pengambilan foto produk dan memanfaatkan platform AI untuk melakukan proses editing sehingga menghasilkan foto promosi produk secara mandiri, sederhana, dan berbiaya rendah. Melalui kegiatan ini pemilik UMKM “Lek Yati” diharapkan dapat melakukan kegiatan promosi secara lebih optimal dan menghasilkan penjualan yang signifikan pada waktu-waktu berikutnya.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan personal, yang mencakup penyampaian materi secara singkat kepada mitra dan praktik

langsung. Gambaran yang lebih jelas mengenai pelaksanaan kegiatan disajikan dalam bentuk bagan proses dan uraian setiap tahapan aktivitas sebagaimana dijelaskan berikut ini.



Gambar 1 Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap 1 Konsultasi Awal

Tahap ini bertujuan untuk menggali informasi tentang karakteristik usaha yang dijalankan oleh mitra. Pemahaman yang diperoleh melalui tahap ini menjadi referensi dalam menyusun materi sehingga dapat relevan dengan kebutuhan mitra. Informasi yang didiskusikan antara lain jenis produk, ketrampilan digital mitra, dan upaya promosi sebelumnya.

Tahap 2 Penyusunan Materi

Tahap ini bertujuan untuk menyusun materi pelatihan sesuai dengan informasi yang telah diperoleh pada tahap konsultasi awal. Dengan mengacu pada referensi tersebut, kegiatan pelatihan diharapkan mampu menyelesaikan masalah dan membantu mitra dalam mencapai tujuan usahanya, dengan demikian tujuan kegiatan ini dapat sekaligus tercapai.

Tahap 3 Kesepakatan Waktu

Tahap ini bertujuan untuk mendiskusikan waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan sehingga tidak berbenturan dengan kegiatan mitra maupun pengabdian. Luaran dari tahap ini adalah kesepakatan bersama tentang hari, tanggal dan jam pelatihan. Kesepakatan ini penting untuk memastikan setiap pihak dapat mengikuti keseluruhan acara tanpa gangguan jadwal lain.

Tahap 4 Penyampaian Materi

Tahap ini dilakukan dengan menyampaikan materi pelatihan yang telah disusun sebelumnya menggunakan slide presentasi. Penyampaian materi dengan menampilkan informasi menggunakan perangkat laptop dan telepon seluler. Metode ini dipilih agar mitra mudah memahami materi melalui visualisasi langsung dan interaksi yang lebih fleksibel.



Tahap 5 Pengarahan dan Praktik

Setelah pemaparan materi, pengabdi akan membimbing mitra untuk melakukan melakukan pemotretan produk dengan perangkat seluler yang dimiliki. Foto yang dihasilkan selanjutnya akan diupload ke platform ChatGPT dan mitra akan menginput *template prompt* berdasarkan materi yang telah disampaikan untuk memperoleh hasil foto yang diinginkan.

Tahap 6 Pemberian Umpan Balik

Tahap terakhir adalah mengumpulkan tanggapan dari setiap peserta terhadap pelaksanaan kegiatan sehingga menjadi bahan perbaikan untuk kegiatan serupa di masa mendatang. Pengabdi melakukan diskusi dengan mitra untuk memperoleh umpan balik tentang 8 (delapan) poin utama yaitu: 1) relevansi materi, 2) kualitas penyampaian, 3) interaksi, 4) sarana, 5) waktu, 6) manfaat, 7) kesiapan, 8) saran dan harapan.

3. Hasil dan Pembahasan

Tahap konsultasi dijalankan dengan melakukan diskusi dengan Sdri. Sandra Ayu Apriyanti selaku pemilik UMKM Lek Yati. Dari diskusi tersebut diketahui bahwa Lek Yati adalah UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang sudah berjalan sejak tahun 2020, serta menghasilkan produk utama berupa *pastel* dan *cheese stick*. Produk tersebut dibuat berdasarkan pesanan yang diberikan oleh langganan atau pemilik UMKM lain yang ingin menjual ulang (*reseller*). Pada hari-hari tertentu seperti hari raya, Lek Yati juga menawarkan berbagai macam kue kering seperti: lidah kucing, coklat kacang, dan sagu keju. Proses promosi dilakukan secara sederhana dengan memposting foto-foto produk melalui fitur story atau mengirimkannya melalui fitur chat pada aplikasi WhatsApp. Foto-foto produk ini diambil menggunakan kamera smartphone dan diedit secara sederhana.

Dari tahap konsultasi yang dilakukan, pengabdi melakukan analisis supaya dapat memahami materi pelatihan yang sesuai dengan kondisi UMKM Lek Yati. Pengabdi melihat bahwa pemilik memiliki kapasitas pengambilan gambar secara sederhana menggunakan perangkat *smartphone*, sehingga kapasitas ini dapat dimaksimalkan dengan menyediakan informasi tentang penempatan produk dan pencahayaan yang baik sehingga sesi fotografi dapat menghasilkan produk yang mudah diedit atau dimodifikasi. Supaya proses editing foto melalui fitur AI dapat dilakukan secara konsisten, maka pengabdi menyusun formulasi prompt yang dapat digunakan untuk menghasilkan konten promosi untuk event-event reguler (sehari-hari) dan event-event khusus (misalnya: Idul Fitri, Natal, HUT-RI).



Gambar 2 Suasana di UMKM Lek Yati

Supaya memperoleh hasil yang maksimal dalam proses pengembangan prompt, maka pengabdian mengumpulkan informasi tentang formulasi prompt yang ideal melalui fitur diskusi pada ChatGPT. Fitur ini nantinya akan digunakan juga untuk melakukan input prompt dalam rangka melakukan proses editing foto. Pada tahap ini penulis menuliskan prompt “buatlah formulasi prompt yang ideal untuk mengedit foto produk sederhana supaya memiliki tema tertentu, tanpa mengubah karakteristik produk dan desain logo.” Dari prompt tersebut, ChatGPT memberikan respon berupa formulasi prompt yang dapat digunakan untuk melakukan proses editing bagi foto yang diupload, yaitu :

Buatlah foto realistik berdasarkan foto produk yang diupload. Pertahankan bentuk, warna, dan posisi produk serta desain logo pada kemasan seperti pada gambar. Jangan ubah atau hilangkan elemen asli dari kemasan, termasuk teks, warna, dan logo. Ubah latar belakang dan suasana gambar sehingga sesuai dengan tema "[tema atau konsep yang diinginkan]".

Pastikan hasil akhir terlihat realistis dan menarik secara visual, seolah-olah foto itu memang diambil dalam suasana tersebut. Tambahkan elemen pendukung seperti [daftar elemen pendukung], namun jangan sampai menutupi produk utama atau desain logonya.


Pengabdian membuat foto menggunakan ChatGPT yang akan dijadikan sebagai contoh penerapan prompt pada materi pelatihan, dengan demikian mitra memiliki gambaran tentang proses kerja untuk menghasilkan foto produk melalui bantuan *smartphone* dan AI. Foto ini akan diterapkan pada beberapa konteks event yang diselenggarakan di Indonesia.






Gambar 3 Contoh Foto Produk Sederhana

Setelah memperoleh contoh foto produk yang dihasilkan melalui ChatGPT, selanjutnya pengabdian menyusun *prompt* untuk 1 (satu) event reguler dan 3 (tiga) dan menggunakan foto tersebut sebagai sampel untuk menjalankan proses editing foto.

Tabel 1 Contoh *Prompt* ChatGPT untuk Beberapa Jenis *Event*

No	Event	Prompt	Hasil
1	Reguler	<p>Buatlah foto realistik berdasarkan foto produk yang diupload. Pertahankan bentuk, warna, dan posisi produk serta desain logo pada kemasan seperti pada gambar. Jangan ubah atau hilangkan elemen asli dari kemasan, termasuk teks, warna, dan logo. Ubah latar belakang dan suasana gambar sehingga sesuai dengan tema "seorang ibu dengan wajah bahagia yang memberikan camilan untuk anaknya ketika berada di dapur rumah".</p> <p>Pastikan hasil akhir terlihat realistis dan menarik secara visual, seolah-olah foto itu memang diambil dalam suasana tersebut. Tambahkan elemen pendukung seperti "sayur-sayuran dan daging", namun jangan sampai menutupi produk utama atau desain logonya.</p>	

2	Idul Fitri	<p>Buatlah foto realistik berdasarkan foto produk yang diupload. Pertahankan bentuk, warna, dan posisi produk serta desain logo pada kemasan seperti pada gambar. Jangan ubah atau hilangkan elemen asli dari kemasan, termasuk teks, warna, dan logo. Ubah latar belakang dan suasana gambar sehingga sesuai dengan tema "anak-anak yang sedang makan camilan setelah menunaikan ibadah Idul Fitri di sebuah tanah lapang". Pastikan hasil akhir terlihat realistis dan menarik secara visual, seolah-olah foto itu memang diambil dalam suasana tersebut. Tambahkan elemen pendukung seperti "bedug", namun jangan sampai menutupi produk utama atau desain logonya.</p>	
3	Natal	<p>Buatlah foto realistik berdasarkan foto produk yang diupload. Pertahankan bentuk, warna, dan posisi produk serta desain logo pada kemasan seperti pada gambar. Jangan ubah atau hilangkan elemen asli dari kemasan, termasuk teks, warna, dan logo. Ubah latar belakang dan suasana gambar sehingga sesuai dengan tema "anak-anak yang sedang makan camilan setelah merayakan Natal di sebuah gereja". Pastikan hasil akhir terlihat realistis dan menarik secara visual, seolah-olah foto itu memang diambil dalam suasana tersebut. Tambahkan elemen pendukung seperti "Santa Claus, Pohon Natal", namun jangan sampai menutupi produk utama atau desain logonya.</p>	
4	HUT RI	<p>Buatlah foto realistik berdasarkan foto produk yang diupload. Pertahankan bentuk, warna, dan posisi produk serta desain logo pada kemasan seperti pada gambar. Jangan ubah atau hilangkan elemen asli dari kemasan, termasuk teks, warna, dan logo. Ubah latar belakang dan suasana gambar sehingga sesuai dengan tema "anak-anak yang menggunakan pakaian pejuang Indonesia yang berjalan-jalan sambil makan camilan". Pastikan hasil akhir terlihat realistis dan menarik secara visual, seolah-olah foto itu memang diambil dalam suasana tersebut. Tambahkan elemen pendukung seperti "bendera merah-putih", namun jangan sampai menutupi produk utama atau desain logonya.</p>	

Supaya materi dapat disampaikan secara terstruktur maka pengabdian menyusun poin-poin informasi yang akan disampaikan selama kegiatan pelatihan dan disajikan secara lisan melalui software *power point*. Secara garis besar, materi memberikan gambaran umum



tentang foto produk, teknik pemotretan sederhana dan proses editing menggunakan *fitur text-to-image* pada ChatGPT. Berikut adalah susunan materi yang akan disajikan kepada mitra:

Tabel 2 Susunan Materi

No	Topik	Outline Materi
1	Pengertian Foto Produk	Pengertian foto produk dan pentingnya bagi promosi
2	Foto Produk Ideal (Effendi et al., 2024)	a. Resolusi Tinggi b. Kecerahan Seimbang c. Fokus pada Produk d. Foto Jelas dan Terang
3	Proses Pemotretan	a. Menentukan lokasi pemotretan b. Menentukan jenis pencahayaan c. Melakukan pengambilan gambar
4	Proses Editing	a. Menentukan konsep editing b. Memilih foto yang sesuai dengan kebutuhan c. Mengupload foto pada ChatGPT d. Memasukkan prompt sesuai dengan formulasi

Setelah melakukan penyusunan materi, pengabdian melakukan hubungan komunikasi dengan mitra melalui aplikasi WhatsApp. Melalui komunikasi ini kedua belah pihak sepakat bahwa waktu untuk melaksanakan pelatihan ini akan mengambil hari Rabu 25 Juni 2025 berlokasi di UMKM Lek Yati. Pelatihan akan dimulai pada pukul 09.00 – 12.00 WIB, dengan detail kegiatan sebagai berikut :

Tabel 3 Susunan Kegiatan

No	Waktu	Kegiatan
1	09.00 – 10.00 WIB	Penyampaian materi
2	10.00 – 10.30 WIB	Praktik & Pengarahan : Sesi Pemotretan
3	10.30 – 11.30 WIB	Praktik & Pengarahan : Sesi Editing Foto
4	11.30 – 12.00 WIB	Evaluasi dan Umpan Balik

Kegiatan pelatihan dimulai tepat waktu pukul 09.00 WIB, diawali dengan penyampaian materi secara lisan menggunakan *software power point* dan perangkat laptop. Pelaksanaan tahap ini berjalan sesuai rencana, setiap poin materi telah disampaikan dan mendapatkan respon positif dari mitra. Setelah tahap ini dijalankan, mitra memiliki gambaran yang lebih luas tentang upaya promosi yang dapat dijalankan untuk meningkatkan *awareness* dari target pelanggan potensial di media sosial.

Setelah materi selesai disampaikan, maka pengabdi dan mitra melaksanakan tahap praktik & pengarahan yang diawali dengan pelaksanaan sesi pemotretan produk. Kemasan produk pastel dipegang dengan bantuan orang lain di dekat dengan dinding supaya memperoleh latar belakang yang polos. Pada bagian ini pengabdi mengarahkan mitra supaya memperoleh gambar yang fokus pada logo, supaya pemrosesan melalui AI dapat berjalan secara optimal. Bagian ini terlaksana dengan baik walaupun terdapat kesulitan pencahayaan ideal.



Gambar 4 Sesi Penyampaian Materi



Gambar 5 Sesi Pemotretan Produk

Setelah memperoleh sejumlah foto produk dari sesi pemotretan, pengabdi mengarahkan mitra untuk dapat memilah-milah foto produk yang ideal sesuai materi yang


disampaikan. Keterampilan untuk memilah foto akan membantu mitra untuk menghasilkan foto produk yang optimal ketika diolah menggunakan AI pada ChatGPT.






Gambar 6 Hasil Pemotretan Produk

Pengabdian mengarahkan mitra untuk menyusun ide-ide foto yang akan diinputkan pada prompt, ide terdiri dari 1 (satu) *event* reguler dan 3 (tiga) *event* utama yang menghasilkan pesanan lebih banyak dari waktu-waktu biasanya yaitu : Idul Fitri, Natal dan HUT-RI. Berdasarkan formulasi prompt AI yang diinputkan pada ChatGPT diperoleh hasil berikut :

Tabel 4 Hasil Prompt Buatan Mitra

No	Event	Prompt	Hasil
1	Reguler	Buatlah foto realistik berdasarkan foto produk yang diupload. Pertahankan bentuk, warna, dan posisi produk serta desain logo pada kemasan seperti pada gambar. Jangan ubah atau hilangkan elemen asli dari kemasan, termasuk teks, warna, dan logo. Ubah latar belakang dan suasana gambar sehingga sesuai dengan tema "anggota keluarga memakan camilan dengan ekspresi bahagia sambil menonton televisi".	

		<p>Pastikan hasil akhir terlihat realistis dan menarik secara visual, seolah-olah foto itu memang diambil dalam suasana tersebut. Tambahkan elemen pendukung seperti “mainan anak”, namun jangan sampai menutupi produk utama atau desain logonya.</p>	
2	Idul Fitri	<p>Buatlah foto realistis berdasarkan foto produk yang diupload. Pertahankan bentuk, warna, dan posisi produk serta desain logo pada kemasan seperti pada gambar. Jangan ubah atau hilangkan elemen asli dari kemasan, termasuk teks, warna, dan logo. Ubah latar belakang dan suasana gambar sehingga sesuai dengan tema "anak-anak yang sedang makan camilan bersama orang tuanya ketika sedang berkunjung di kerabat yang sedang merayakan Idul Fitri di Indonesia".</p> <p>Pastikan hasil akhir terlihat realistis dan menarik secara visual, seolah-olah foto itu memang diambil dalam suasana tersebut. Tambahkan elemen pendukung seperti “ketupat, masakan tradisional”, namun jangan sampai menutupi produk utama atau desain logonya.</p>	
3	Natal	<p>Buatlah foto realistis berdasarkan foto produk yang diupload. Pertahankan bentuk, warna, dan posisi produk serta desain logo pada kemasan seperti pada gambar. Jangan ubah atau hilangkan elemen asli dari kemasan, termasuk teks, warna, dan logo. Ubah latar belakang dan suasana gambar sehingga sesuai dengan tema " seorang anak kecil yang makan camilan di tempat bersalju sambil ditemani oleh Santa Claus".</p> <p>Pastikan hasil akhir terlihat realistis dan menarik secara visual, seolah-olah foto itu memang diambil dalam suasana tersebut. Tambahkan elemen pendukung seperti “bola salju, boneka salju, pohon pinus”, namun jangan sampai menutupi produk utama atau desain logonya.</p>	
4	HUT RI	<p>Buatlah foto realistis berdasarkan foto produk yang diupload. Pertahankan bentuk, warna, dan posisi produk serta desain logo pada kemasan seperti pada gambar. Jangan ubah atau hilangkan elemen asli dari kemasan, termasuk teks, warna, dan logo. Ubah latar belakang dan suasana gambar sehingga sesuai dengan tema "seorang anak yang sedang makan camilan ketika teman-teman lain sedang main panjat pinang".</p> <p>Pastikan hasil akhir terlihat realistis dan menarik secara visual, seolah-olah foto itu memang diambil dalam suasana tersebut. Tambahkan elemen pendukung seperti “hadiah, bendera Indonesia”,</p>	

		namun jangan sampai menutupi produk utama atau desain logonya.	
--	--	--	--

Setelah melaksanakan keseluruhan sesi pelatihan, pengabdian menginsiasi diskusi dengan mitra untuk memperoleh umpan balik terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian mulai dari tahap konsultasi awal, hingga tahap pengarahan dan praktik. Berikut ini adalah ringkasan umpan balik yang diberikan oleh mitra terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan :

Tabel 5 Umpan Balik Kegiatan

No	Aspek	Umpan Balik
1	Relevansi Materi	Materi dianggap sesuai dengan permasalahan yang dihadapi selama menjalankan kegiatan promosi, karena dapat menghasilkan foto dengan keterbatasan ketrampilan fotografi dan alat editing
2	Kualitas Penyampaian	Penyampaian materi dapat dipahami dengan baik, namun perlu menghindari istilah-istilah yang terlalu teknis.
3	Interaksi	Pengabdian membangun komunikasi yang baik selama proses persiapan hingga pelaksanaan kegiatan pelatihan, serta memberikan kesempatan diskusi untuk membahas poin yang kurang dipahami.
4	Sarana	Sarana yang dipergunakan untuk melaksanakan pelatihan dianggap sudah cukup untuk menyampaikan materi secara lisan
5	Waktu	Karena sudah didiskusikan sebelumnya, pemilihan waktu pelatihan yang dipilih sudah sesuai dengan kondisi dari pihak mitra.
6	Manfaat	Pelatihan dianggap telah memberikan manfaat yang signifikan untuk membangun ketrampilan mengolah foto produk, sehingga akan membantu kegiatan promosi melalui media sosial
7	Kesiapan	Pengabdian dianggap telah menyiapkan segala peralatan dan materi dengan baik sehingga informasi dapat dipahami oleh mitra
8	Saran & Harapan	Mitra sempat melihat konten video yang dibuat menggunakan AI, harapan ke depan pelatihan semacam ini dapat diarahkan untuk membuat konten video semacam itu

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pelaksanaan hasil pembahasan yang diuraikan pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kegiatan “Pelatihan Pemanfaatan Artificial Intelligence untuk Membuat Foto Promosi bagi UMKM Lek Yati di Kota Salatiga” telah terlaksana dengan baik. Mitra yang merupakan pemilik UMKM Lek Yati menunjukkan antusiasme, mampu memahami dan mempraktikkan penggunaan kamera *smartphone* untuk pemotretan produk

dan pengembangan prompt untuk melakukan proses editing untuk menghasilkan foto produk yang dapat mendukung aktivitas promosi.



Gambar 7 Hasil Editing Foto Produk oleh Mitra

Saran

1. Menghindari penggunaan istilah yang terlalu teknis dalam penyampaian materi
2. Mengadakan kegiatan serupa untuk menghasilkan konten video

5. Daftar Rujukan

- Effendi, M. F. H., Guntara, R. G., & Maesaroh, S. S. (2024). Perancangan Pedoman Foto Produk Kuliner Menggunakan Metode Design Thinking. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(5), 2624–2640. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.4350>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62–76.
- Firmansyah, A., Lestari, S., Hayatun, Puspitasari, I., Ramdaniah, D. N., Putri, V. L., Hastian, P. W., Sutarya, I. A., Kholik, W. A., Muhaedi, M. M., & Hasan, M. Y. (2025). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing di Desa



- Ancolmekar. AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia, 4(2), 780–786. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v4i2>
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(1), 87–96.
- Saputri, P. A., Khomsatun, S., & Ginanjar, S. E. (2024). Analisis Kendala Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bandung. JURNAL EKONOMI BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN, 10(1), 45–50. <https://doi.org/10.47942/iab.v10i1>
- 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. <https://doi.org/10.30591/japhb>
- Susilowati, S., Giantika, G. G., Munanjar, A., & Utomo, I. W. (2022). Pelatihan Penggunaan Smartphone untuk Melakukan Foto Produk dan Editing Foto sebagai Pembuatan Iklan Produk bagi Anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur. Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 2(2), 123–134. <https://doi.org/10.54082/jippm.34>