

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Analisis Situasi Kondisi Identifikasi Masalah**

Pengabdian Masyarakat adalah salah satu bentuk kegiatan yang bertujuan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat dan tertuang dalam bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dan bagian integral dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat, diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan kematangan dalam disiplin ilmu yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan. Kegiatan pengabdian masyarakat memiliki tujuan mewujudkan pendidikan yang lebih matang, sehingga memberikan manfaat bagi masyarakat. Tidak hanya berupa materi teoritis, tetapi lebih penting adalah pengaplikasian teori-teori yang diperoleh pada bangku kuliah dalam lingkungan masyarakat.

Dengan adanya pengabdian masyarakat, mahasiswa diharapkan dapat terlibat secara langsung dalam kehidupan masyarakat dan memahami berbagai permasalahan yang ada. Dengan menemui masalah di masyarakat, mahasiswa ditantang untuk mencari solusi melalui kerja interdisipliner sesuai dengan keilmuan masing-masing.

Salah satu implementasi pengabdian masyarakat yang sangat bernilai adalah kegiatan yang dilaksanakan di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Surabaya. Keberlanjutan dan pengembangan UMKM menjadi penting untuk menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan ekonomi lokal, dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat.

Surabaya merupakan salah satu kota dan menjadi pusat bisnis dan perdagangan di Indonesia, dan UMKM menjadi sektor yang vital dalam menggerakkan roda perekonomian. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM, mahasiswa dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam membantu pengembangan Usaha Kecil dan Menengah, sekaligus merasakan langsung dinamika serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM khususnya di daerah Ketintang Surabaya.

Upaya menunjang keberhasilan UMKM di area Ketintang dapat dilakukan dengan melakukan inovasi promosi di media sosial yang terpusat pada satu kawasan bertujuan agar dapat mengenalkan produk lokal yang berdampak positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan kota Surabaya, khususnya popularitas kawasan Ketintang.

UMKM Ketintang yang bertempat di Sentra Digital Kuliner Ketintang meliputi Nasi Ayam Bakar, Nasi Geprek, Jus Buah, dan Cwiemie. Tim pengabdian masyarakat berusaha untuk memberikan bantuan kepada empat UMKM tersebut dalam mempromosikan dan memberikan tips dalam fotografi produk yang kami kemas dengan tutorial yang diberikan kepada para UMKM tersebut.

Kegiatan pengabdian masyarakat Fotografi produk UMKM di Ketintang Surabaya ini dirancang dengan tujuan utama untuk memberikan solusi konkrit terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, seperti meningkatkan citra dan daya tarik produk dalam dunia digital sekaligus mendukung upaya pemasaran dan penjualan. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan

pemahaman lebih kepada mahasiswa mengenai peran mereka sebagai agen perubahan dalam memajukan sektor UMKM.

Melalui representasi visual yang optimal, fotografi produk dapat memberikan sejumlah keuntungan bagi pengusaha UMKM, yaitu a) fotografi produk dapat meningkatkan kesan profesional dan daya tarik visual produk sehingga menciptakan citra yang positif di mata konsumen, b) memperkuat identitas mereknya dan meningkatkan kredibilitas di pasar konvensional maupun digital, c) fotografi produk mendorong UMKM untuk menonjolkan fitur unik dan keunggulan produk sehingga mampu membantu konsumen memahami nilai tambah yang diberikan, dan d) fotografi produk menciptakan kehadiran yang kuat via online dengan cakupan pasar yang luas serta meningkatnya visibilitas produk di tengah persaingan yang semakin sengit (Febriyanti et al., 2022).

Dalam era digital yang semakin berkembang, internet memainkan peran yang krusial dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Manfaat internet bagi UMKM tidak hanya sebatas memperluas jangkauan pemasaran, tetapi juga mencakup aspek-aspek lain yang membantu peningkatan efisiensi operasional dan daya saing bisnis. Dengan adanya akses internet, UMKM dapat memanfaatkan platform *e-commerce* untuk meningkatkan visibilitas produk, mencapai pasar yang lebih luas, serta memperoleh pelanggan potensial. Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat manusia sudah tidak lagi memperlakukan jarak, ruang dan waktu. Teknologi informasi melahirkan internet, dan internet menawarkan banyak manfaat bagi UMKM untuk meningkatkan pemasaran produknya. Selain itu juga internet

memberikan manfaat meningkatkan kesempatan UMKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran UMKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis (Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto S.W., 2016).

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur dengan tema fotografi produk UMKM di Ketintang Surabaya mencerminkan upaya nyata dalam menghadirkan dampak positif bagi pengembangan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di lingkungan tersebut. Ketintang Surabaya, sebagai salah satu kawasan dengan potensi ekonomi yang berkembang pesat, menjadi fokus perhatian dalam rangka mendukung UMKM setempat. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema fotografi produk UMKM, mahasiswa berperan aktif dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM, seperti keterbatasan finansial, keterampilan dalam pemasaran visual, dan aksesibilitas terhadap teknologi fotografi. Dengan menggabungkan pendekatan kreatif dalam fotografi produk, mahasiswa berharap dapat memberikan nilai tambah bagi UMKM di Ketintang Surabaya, meningkatkan citra produk mereka, dan membantu mengoptimalkan potensi pemasaran melalui platform daring.

Fotografi produk memiliki peranan krusial dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Ketintang, Surabaya. Melalui penggambaran visual yang optimal, fotografi produk dapat memberikan sejumlah keuntungan penting bagi pelaku usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pertama, fotografi produk dapat meningkatkan kesan profesional dan daya tarik visual produk, menciptakan citra

yang positif di mata konsumen. Dengan gambar yang menarik, UMKM dapat memperkuat identitas mereknya dan meningkatkan kredibilitas di pasar lokal maupun digital. Kedua, fotografi produk memungkinkan UMKM untuk menonjolkan fitur unik dan keunggulan produk, membantu konsumen untuk lebih memahami nilai tambah yang diberikan. Hal ini dapat berdampak langsung pada peningkatan daya jual dan konversi di berbagai platform penjualan online. Ketiga, fotografi produk menciptakan kehadiran yang kuat secara online, memperluas cakupan pasar, dan meningkatkan visibilitas produk di tengah persaingan yang semakin sengit. Dengan kata lain, investasi dalam fotografi produk tidak hanya sebagai tindakan estetis belaka, melainkan juga sebagai strategi krusial untuk memperkuat pangsa pasar dan daya saing UMKM di lingkungan bisnis yang terus berkembang di Ketintang, Surabaya.

Perlu disadari para pelaku UMKM adalah teknik fotografi produk, alasan fotografi produk begitu penting bagi promosi seperti yang dikutip dari Albert Einstein dalam (Saptiyono et al., 2021) yakni *“One picture is worth a thousand words”* yang berarti bahwa sebuah gambar atau foto dapat menceritakan banyak hal. Foto-foto yang menarik dari segi keunikan dan seni/artistik serta teknik pengambilan gambar yang baik akan menarik lebih banyak calon pembeli. Akan tetapi, fotografi produk dapat menyulitkan dan menjadi kendala bagi para pelaku UMKM yang tidak memiliki dasar fotografi atau yang tidak familiar dengan fotografi. Selain itu, fotografi produk juga menjadi hal yang tidak murah peralatan fotografi seperti kamera, lighting, dan sebagainya cenderung mahal sehingga sulit dijangkau oleh masyarakat menengah ke bawah. Akibat dari kendala inilah yang

membuat para pelaku UMKM tidak begitu mementingkan estetika dalam foto produk mereka.

Dalam konteks ini, keterlibatan mahasiswa melalui kegiatan pengabdian masyarakat Fotografi Produk UMKM di Ketintang Surabaya menjadi semakin penting. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap potensi dan kendala yang dihadapi oleh UMKM, mahasiswa dapat menyajikan solusi yang konkret dan inovatif dalam strategi pemasaran visual produk. Melalui keahlian fotografi mereka, mahasiswa dapat berperan sebagai agen perubahan yang membantu UMKM mengatasi tantangan dalam menciptakan citra produk yang menarik dan profesional.

Sebagai informasi tambahan, internet dan media sosial menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan eksposur produk UMKM. Mahasiswa dapat memberikan kontribusi dengan menciptakan konten fotografi produk yang menarik dan kreatif. Dengan memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan platform e-commerce, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar secara digital.

Media sosial, salah satu platform berbasis media yang berfokus pada sebuah peningkatan eksistensi pada pengguna media sosial untuk memfasilitasi sebagai wadah untuk beraktivitas ataupun aktivitas kolaborasi yang bertujuan untuk meningkatkan sebuah eksistensi. Wadah penggunaannya untuk berekspresi dan menyebarkan sebuah informasi dengan tujuan untuk menaikkan eksistensi dan terhubung langsung dengan audiens (Nasrullah, M.Si., 2018).

Untuk mencapai tujuan tersebut, kerjasama yang kuat antara mahasiswa, UMKM, dan pihak terkait seperti fotografer profesional atau ahli pemasaran

digital sangat diperlukan. Kolaborasi ini dapat menciptakan lingkungan belajar yang saling menguntungkan, di mana mahasiswa tidak hanya memberikan kontribusi pada UMKM tetapi juga terus mengasah keterampilan mereka dalam dunia nyata.

Dengan terus berfokus pada peningkatan citra produk melalui fotografi dan pengembangan pemasaran online, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi UMKM di Ketintang Surabaya. Melalui inisiatif ini, mahasiswa dapat menjembatani kesenjangan antara pendidikan tinggi dan sektor bisnis lokal, mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, serta mendorong perkembangan UMKM sebagai elemen kunci dalam struktur perekonomian kota ini.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Analisis keadaan dan situasi pada kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada fotografi produk UMKM di Ketintang Surabaya menyoroti beberapa aspek yang memerlukan perhatian. Ketintang Surabaya, sebagai kota besar, menyajikan potensi pasar yang besar bagi UMKM, terutama seiring dengan meningkatnya permintaan fotografi produk dalam era *e-commerce*. Meski begitu, beberapa UMKM khususnya di Ketintang Surabaya mengalami keterbatasan akses terhadap layanan fotografi profesional akibat kendala anggaran hal tersebut dibuktikan ketika kami melakukan kunjungan ke beberapa lokasi UMKM tersebut. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam fotografi produk dapat menjadi kendala, mengakibatkan hasil yang kurang memuaskan dalam kegiatan pemasaran. Persaingan sengit di pasar UMKM menunjukkan urgensi citra produk, sementara hambatan teknologi dan perangkat mungkin

menjadi tantangan ekstra. Kurangnya pendidikan khusus dalam fotografi bagi UMKM juga menjadi permasalahan serius yang dapat membatasi kemajuan bisnis mereka terutama dalam aspek pemasaran visual produk. Fotografi merupakan ranah yang kompleks dan memerlukan *budget* atau anggaran belanja yang cukup tinggi. Keberhasilan dalam fotografi tidak terlepas dari kebutuhan akan peralatan yang canggih, pengetahuan yang mendalam, serta kemampuan dan keterampilan yang memadai untuk menciptakan karya yang menarik, unik, dan artistik. Tidak hanya itu, biaya peralatan fotografi yang umumnya tinggi membuatnya sulit dijangkau oleh kalangan ekonomi menengah ke bawah. Hal ini menjadi hambatan bagi UMKM yang ingin menghasilkan foto produk secara mandiri. Di sisi lain, menggunakan jasa fotografer profesional tidak hanya memerlukan biaya yang besar, tetapi juga memakan waktu yang cukup lama, sehingga kurang efisien dan efektif dalam konteks bisnis UMKM.

Beberapa kendala yang mungkin dihadapi oleh UMKM melibatkan tantangan dalam hal keuangan, keterampilan, dan aksesibilitas. Pertama, sejumlah UMKM di Ketintang Surabaya banyak yang mengalami keterbatasan finansial, sehingga sulit bagi mereka untuk memperoleh peralatan fotografi yang canggih atau menggunakan jasa fotografer profesional. Keadaan ini dapat menghambat potensi pengembangan citra produk melalui fotografi.

Selain itu, permasalahan terkait keterampilan fotografi juga dapat timbul. UMKM yang kurang memiliki pengetahuan dan keahlian yang memadai dalam bidang fotografi produk dapat menghasilkan gambar yang kurang menarik dan tidak efektif dalam menarik perhatian konsumen. Dalam konteks ini, diperlukan

usaha untuk meningkatkan literasi fotografi di kalangan UMKM melalui pelatihan atau program edukasi.

Aksesibilitas terhadap teknologi dan informasi menjadi masalah lainnya. Beberapa UMKM mungkin mengalami kesulitan mengakses sumber daya teknologi, seperti perangkat keras dan perangkat lunak fotografi yang diperlukan. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam melaksanakan kegiatan fotografi produk secara mandiri.

Dalam konteks pengabdian masyarakat, diperlukan perancangan solusi yang komprehensif, seperti penyediaan pelatihan fotografi yang terjangkau, kerjasama dengan fotografer lokal untuk mendukung UMKM, atau bahkan pendirian pusat sumber daya fotografi yang dapat diakses oleh UMKM. Upaya ini dapat membantu mengatasi kendala finansial, meningkatkan keterampilan fotografi, dan memberikan aksesibilitas yang lebih baik terhadap teknologi fotografi, sehingga mendukung perkembangan UMKM di Ketintang Surabaya melalui optimalisasi potensi fotografi produk.

Selain mengenai fotografi, UMKM di Ketintang tidak memiliki media sosial untuk memasarkan produknya. Media sosial dapat digunakan sebagai media untuk menyebarluaskan produk UMKM serta dapat dibeli secara online. Tidak adanya media sosial, membuat tim pengabdian masyarakat membuat media sosial untuk mengenalkan dan membangun citra yang baik bagi UMKM Ketintang, Surabaya.

Katalog makanan juga tidak dimiliki oleh UMKM Ketintang di Sentra Digital Kuliner (SDK), tidak adanya katalog membuat pembeli kesusahan untuk memilih makanan yang hendak dibeli. Pembeli harus mendatangi setiap stand dan

melihat menu yang dijualnya, dengan ini tim pengabdian Masyarakat membuat katalog untuk empat stand dari UMKM Ketintang, Surabaya.

### **1.3 Tujuan**

Tujuan utama dari pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan fokus pada fotografi produk UMKM di Ketintang Surabaya adalah memberikan kontribusi positif serta solusi konkrit terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah tersebut. Dengan menerapkan keahlian dalam bidang fotografi, mahasiswa bertujuan untuk meningkatkan citra dan daya tarik visual produk UMKM, khususnya dalam konteks pemasaran digital. Kegiatan ini juga memiliki tujuan untuk mendukung upaya pemasaran dan penjualan produk UMKM dengan memberikan bantuan dalam memasuki pasar digital secara lebih efektif.

Selain itu, tujuan lain dari pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada mahasiswa mengenai peran mereka sebagai agen perubahan dalam mengembangkan sektor UMKM. Mahasiswa diharapkan dapat terlibat secara aktif dalam kehidupan masyarakat, memahami permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, dan mencari solusi melalui pendekatan interdisipliner sesuai dengan bidang studi masing-masing. Dengan demikian, mahasiswa dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM, memperkuat kapasitas mereka dalam pemasaran visual, dan turut mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Ketintang Surabaya.

Kegiatan ini juga difokuskan untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi internet dan media sosial sebagai sarana efektif dalam meningkatkan visibilitas dan akses pasar bagi UMKM. Dengan pemahaman yang mendalam

tentang potensi teknologi, mahasiswa diharapkan dapat membantu UMKM memanfaatkan platform online secara maksimal untuk memperluas jangkauan produk dan meningkatkan daya saing di era digital. Maka dari itu penulis menjabarkan Tujuan Akademik dan Tujuan Non Akademik sebagai berikut:

Tujuan Akademik:

1. Implementasi Teori ke dalam Praktik

Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan konsep-konsep akademis yang telah mereka pelajari selama kuliah dalam situasi dunia nyata, terutama dalam domain fotografi produk untuk UMKM.

2. Perkembangan Keterampilan Teknis

Menyediakan peluang bagi mahasiswa untuk mengasah keterampilan teknis di bidang fotografi produk, termasuk aspek pencahayaan, komposisi, dan pengeditan gambar, agar dapat menghasilkan karya yang berkualitas.

3. Pemahaman Operasional Bisnis UMKM

Membantu mahasiswa memahami secara praktis dinamika serta hambatan yang dihadapi oleh UMKM di Ketintang, Surabaya, dan memberikan wawasan konkret tentang bagaimana fotografi produk dapat menjadi alat yang efektif untuk mendukung aspek bisnis mereka.

4. Kolaborasi Lintas Disiplin

Mendorong kolaborasi antara mahasiswa dari berbagai jurusan seperti fotografi, bisnis, dan pemasaran, dengan tujuan menciptakan solusi yang holistik dan beragam guna mendukung perkembangan UMKM.

## 5. Penilaian dan Analisis Kinerja

Memberikan peluang bagi mahasiswa untuk mengevaluasi dampak fotografi produk terhadap kinerja bisnis UMKM, serta menganalisis strategi yang efektif dalam meningkatkan eksposur dan penjualan produk.

### Tujuan Non-Akademik:

#### 1. Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Mendorong pertumbuhan dan pemberdayaan UMKM di Ketintang, Surabaya, dengan memberikan dukungan melalui fotografi produk agar mereka dapat bersaing lebih efektif di pasar.

#### 2. Peningkatan Profesionalisme Pelaku UMKM

Mendukung pelaku UMKM dalam meningkatkan profesionalisme dan citra bisnis mereka melalui peningkatan kualitas visualisasi produk, dengan harapan dapat menarik lebih banyak pelanggan.

#### 3. Eksplorasi Potensi Bisnis Lokal

Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi potensi bisnis di lingkungan lokal, serta merancang solusi fotografi produk yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan UMKM setempat.

#### 4. Pembentukan Jaringan dan Keterlibatan Masyarakat

Memfasilitasi terbentuknya hubungan yang berkelanjutan antara mahasiswa, UMKM, dan masyarakat setempat, dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ekonomi dan sosial.

#### 5. Peningkatan Kesadaran Sosial

Meningkatkan kesadaran mahasiswa akan peran mereka sebagai agen perubahan sosial dan penggerak ekonomi, serta memberikan dampak positif pada kelangsungan hidup UMKM di Ketintang, Surabaya.

#### **1.4 Manfaat**

Melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang berfokus pada fotografi produk UMKM di Ketintang, Surabaya, memberikan manfaat yang signifikan, baik bagi mahasiswa maupun masyarakat setempat. Bagi mahasiswa, kegiatan ini tidak hanya merupakan kesempatan untuk mengaplikasikan teori dalam praktik, tetapi juga merupakan langkah konkret dalam pengembangan keterampilan teknis, terutama di bidang fotografi produk. Mahasiswa dapat memperoleh pemahaman langsung mengenai aspek-aspek kreatif seperti pencahayaan, komposisi, dan pengeditan gambar, yang dapat meningkatkan kompetensi mereka di dunia profesional.

Selain itu, melalui partisipasi dalam kegiatan ini, mahasiswa juga dapat mengembangkan pemahaman praktis mengenai dinamika bisnis UMKM di Ketintang. Proses dokumentasi fotografi produk memberikan wawasan lebih mendalam tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku UMKM setempat. Ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan mereka tentang operasional bisnis, tetapi juga memperkuat kemampuan untuk memberikan solusi yang relevan dan berdampak positif.

Dari perspektif masyarakat, pengabdian masyarakat ini memberikan manfaat dalam bentuk visualisasi yang profesional dan menarik terhadap produk UMKM setempat. Fotografi produk yang berkualitas dapat meningkatkan citra dan daya tarik produk, membantu UMKM bersaing lebih efektif di pasar yang

semakin digital. Hal ini tidak hanya memberikan keuntungan bisnis bagi UMKM, tetapi juga mendukung pemberdayaan ekonomi lokal, dengan harapan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat berfokus pada fotografi produk UMKM di Ketintang, Surabaya, menciptakan dampak positif ganda, memperkaya pengalaman mahasiswa di dunia praktik, sementara juga mendukung perkembangan dan pemberdayaan UMKM serta masyarakat setempat. Maka dari itu, kegiatan Pengabdian Masyarakat bertemakan fotografi produk UMKM di Ketintang Surabaya yang dikerjakan oleh mahasiswa dan mahasiswi UPN “Veteran” Jatim memberikan sejumlah manfaat yang signifikan, beberapa diantaranya yakni:

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa mampu menerapkan ilmu yang telah dipahami selama kegiatan perkuliahan berlangsung
- b. Memberikan pengalaman pengabdian masyarakat kepada mahasiswa terutama dalam bidang Fotografi
- c. Mahasiswa dapat mengasah keterampilan dalam fotografi produk, menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia nyata, dan memperdalam pemahaman mereka mengenai fotografi produk untuk keperluan pemasaran.
- d. Memperluas pemahaman mahasiswa mengenai UMKM, melalui interaksi langsung dengan UMKM, mahasiswa mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai tantangan dan potensi yang dihadapi

oleh pelaku usaha kecil dan menengah. Pengalaman ini membentuk perspektif mahasiswa terhadap realitas bisnis di tingkat lokal.

## 2. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Adanya kerjasama antara Program Studi Ilmu Komunikasi dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dengan pelaku UMKM di wilayah Ketintang, Surabaya
- b. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur akan dikenal oleh masyarakat terutama pelaku UMKM yang ada di wilayah Ketintang, Surabaya
- c. Berpartisipasi dalam Pemberdayaan Ekonomi Lokal dengan membantu UMKM meningkatkan kualitas visual produk, kegiatan ini secara tidak langsung berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal di Ketintang Surabaya. Produk dengan citra positif cenderung lebih diminati, memberikan dorongan pada penjualan UMKM.

## 3. Bagi Masyarakat/UMKM Mitra

- a. Memperoleh wawasan baru mengenai fotografi produk. Fotografi berkualitas dapat meningkatkan citra produk UMKM dan mendukung upaya pemasaran, potensial meningkatkan daya saing di pasar.
- b. Memahami bahwa pemanfaatan teknologi terutama dalam bentuk visual melalui fotografi produk. Wawasan ini membantu UMKM agar lebih responsif terhadap peluang digital dan meningkatkan daya saing mereka di era modern.
- c. UMKM Ketintang Surabaya dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

- d. Memperoleh masukan dan saran dalam segi pemasaran visual seperti poster, banner dan buku menu. UMKM Juga akan memperoleh contoh pemasaran visual yang baik dan menarik dari mahasiswa melalui fotografi produk.