

## Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Pengembangan Bisnis Kue Khas Padang Kresh Cookies

### *Utilization of Digital Marketing for Business Development Typical Padang Kresh Cookies*

Heru Saputra<sup>1</sup>, Ilfa Stephane<sup>2</sup>, Monanda Rio Meta<sup>3</sup>, M. Dahniel<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Universitas Metamedia, Padang, Sumatera Barat

Email: [h3ru.saputra@gmail.com](mailto:h3ru.saputra@gmail.com)

#### **Article History:**

Received: Maret 17, 2024;

Revised: Maret 31, 2024;

Accepted: April 16, 2024;

Published: April 30, 2024;

**Keywords:** Product Photography, Visual Marketing, SMEs, Padang Traditional Cake, Community Engagement

**Abstract:** This research aims to address the challenges faced by SMEs in adapting to the changing business environment, particularly with the influence of digital technology on consumer behavior. Through the utilization of product photography in visual marketing, the Padang traditional cake business, Kresh Cookies, successfully creates high product appeal and reaches a wider market. The research methodology includes market analysis, target audience identification, photography training and editing, social media management, and market research. The findings reveal an increase in brand awareness, consumer interest, and engagement on social media. This research provides guidance for other SMEs in developing their businesses through the utilization of product photography in visual marketing.

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, terutama dengan adanya teknologi digital yang mempengaruhi perilaku konsumen. Melalui pemanfaatan foto produk dalam pemasaran visual, bisnis kue khas Padang, Kresh Cookies, berhasil menciptakan daya tarik produk yang tinggi dan mencapai pasar yang lebih luas. Metode penelitian yang digunakan meliputi analisis pasar dan target audiens, pelatihan fotografi dan pengeditan foto, pengelolaan media sosial, dan riset pasar. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan kesadaran merek, minat konsumen, dan keterlibatan di media sosial. Penelitian ini memberikan pedoman bagi UMKM lain dalam mengembangkan bisnis mereka melalui pemanfaatan foto produk dalam pemasaran visual.

**Kata Kunci:** Foto Produk, Pemasaran Visual, UMKM, Kue Khas Padang, Pengabdian Kepada Masyarakat.

## PENDAHULUAN

Analisis situasi atau kondisi obyektif subyek pengabdian (komunitas dampingan) menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara (Slamet and Martono 2022). Di Indonesia, jumlah UMKM saat ini mencapai sekitar 62,92 juta unit usaha, yang merupakan sekitar 99,92% dari total usaha di negara ini. UMKM juga memiliki kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60% dan menyerap sekitar 116,73 juta orang sebagai tenaga kerja, atau sekitar 97,02% dari total angkatan kerja yang bekerja (Mujiastuti et al. 2019). Namun, perkembangan UMKM saat ini menghadapi tantangan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, terutama dengan adanya teknologi digital yang mempengaruhi perilaku konsumen (Wisnu Yuwono 2024). Perubahan ini mencakup pergeseran dari pembelian *offline* ke pembelian online melalui *marketplace* atau *e-commerce* (Febriyanti and Farida 2023). Oleh karena itu, pemasaran digital atau pemasaran melalui online menjadi penting dalam

mempromosikan produk UMKM (Isnawati, Budiyanto, and Dwijayanti 2022) (Slamet and Martono 2022).

Kresh Cookies sebagai salah satu UMKM yang berfokus pada kue khas Padang menghadapi tantangan dalam memperkenalkan produk mereka kepada *audiens* yang lebih luas. Dalam mencapai tujuan tersebut, strategi pemasaran visual yang tepat menjadi kunci untuk menciptakan daya tarik produk yang tinggi. Salah satu pendekatan yang efektif dalam pemasaran visual adalah dengan memanfaatkan "Foto Produk". Pemanfaatan "Foto Produk" yang menarik dan profesional mampu menciptakan kesan pertama yang positif di mata konsumen. Kualitas gambar yang baik, tata letak yang menarik, dan pemilihan sudut pengambilan yang tepat dapat memperkuat daya tarik dan keunikan kue khas Padang yang dihadirkan oleh Kresh Cookies. Dalam era media sosial dan e-commerce, foto produk juga berfungsi sebagai jendela yang membuka peluang untuk meningkatkan visibilitas bisnis dan mencapai pasar yang lebih luas.

Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan fokus pada "Foto Produk untuk Mengembangkan Bisnis Kue Khas Padang, Kresh Cookies," diharapkan akan muncul upaya inovatif dalam pemanfaatan foto produk yang kreatif dan strategis. PKM ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi upaya Kresh Cookies dalam memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, dan menjadikan bisnis mereka lebih berdaya tahan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Pentingnya pendekatan ini menandai langkah maju dalam pemanfaatan pemasaran visual bagi UMKM di era digital. Dengan menggunakan "Foto Produk" sebagai alat pemasaran yang efektif, Kresh Cookies berpotensi untuk memperkuat citra merek, meningkatkan daya tarik produk, dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dalam mengembangkan bisnis kue khas Padang mereka.

## METODE

Selama pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di kantor Kue Kresh Cookies yang beralamat di Jalan Kp. Kalawi Barat RT. 03 RW 07, Kelurahan Lubuk Lintah, Kecamatan Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat, peneliti melaksanakan beberapa tahapan, antara lain metode pendekatan, partisipasi mitra, dan evaluasi pelaksanaan program.

### Metode Pendekatan

Dalam PKM dengan topik "Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Pengembangan Bisnis Kue Khas Padang Kresh Cookies," terdapat beberapa metode pendekatan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan proyek tersebut. Berikut adalah beberapa metode

pendekatannya:

1. Analisis Pasar dan Target Audiens: Tim PKM akan melakukan analisis pasar untuk memahami pasar kue lokal dan nasional serta potensi pasar untuk kue khas Padang. Dan mengidentifikasi target *audiens* yang tepat dan memahami kebutuhan dan preferensi mereka terhadap produk kue.
2. Pengumpulan Data dan Informasi: Tim PKM akan melakukan pengumpulan data dan informasi tentang bisnis Kresh Cookies, termasuk produk, merek, dan citra bisnis. Data ini akan membantu dalam merancang strategi pemasaran visual yang sesuai dengan identitas merek dan produk kue.



**Gambar 1.** Foto Bersama Anggota PKM dan Pemilik Usaha

3. Pelatihan Fotografi dan Pengeditan Foto: Untuk meningkatkan kualitas foto produk, tim PKM dapat menyelenggarakan pelatihan fotografi dan pengeditan foto bagi anggota tim atau bekerja sama dengan fotografer profesional untuk mengambil dan mengolah foto produk dengan kualitas tinggi.
4. Pengelolaan Media Sosial: Tim PKM akan merancang dan mengelola akun media sosial untuk Kresh Cookies di platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Dan menyusun konten visual secara menarik, termasuk foto produk dan video, untuk diposting secara teratur di media sosial.
5. Desain Grafis dan Materi Promosi: Tim PKM akan menggunakan foto produk yang diambil untuk menciptakan materi promosi seperti brosur, poster, dan leaflet. Desain grafis ini akan mencerminkan merek dan citra bisnis Kresh Cookies.
6. Penggunaan Teknologi Digital: Dalam pemanfaatan strategi Digital Marketing, tim PKM akan menggunakan teknologi digital untuk melakukan iklan berbayar, analisis data, dan pemantauan kinerja kampanye pemasaran visual Kresh Cookies.
7. Riset Pasar dan Uji Coba: Tim PKM dapat melakukan riset pasar dan uji coba foto produk pada audiens target untuk mendapatkan umpan balik dan menilai efektivitas foto dalam

menarik minat konsumen.

8. Kemitraan dan Kolaborasi: Tim PKM dapat menjalin kemitraan dengan influencer lokal, blogger makanan, atau komunitas kuliner untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran tentang Kresh Cookies.

### Partisipasi Mitra

Dalam PKM, partisipasi mitra menjadi hal penting untuk mencapai tujuan hasil dari PKM ini. Berikut adalah beberapa contoh partisipasi mitra yang dapat dilibatkan dalam proyek PKM ini:

1. Pemilik Bisnis Kresh Cookies: Sebagai mitra utama dalam PKM ini, pemilik bisnis Kresh Cookies akan berperan aktif dalam memberikan data dan informasi terkait dengan bisnis mereka. Mereka juga akan memberikan panduan tentang citra merek, keunikan produk kue, dan target audiens yang diinginkan. Partisipasi pemilik bisnis sangat penting untuk memahami kebutuhan dan tantangan bisnis Kresh Cookies dalam menghadapi persaingan di pasar kue khas Padang.
2. Tim Pemasaran dan Media Sosial: Bertanggung jawab dalam pemasaran dan media sosial di bisnis Kresh Cookies akan terlibat dalam proyek ini. Tugasnya adalah memberikan wawasan tentang upaya pemasaran dan penggunaan media sosial saat ini, sehingga tim PKM dapat merancang strategi pemasaran visual yang lebih tepat dan sesuai dengan tren dan praktik terkini.
3. *Fotografer* Profesional: Mitra *fotografer* profesional dapat dilibatkan untuk memberikan pelatihan fotografi dan pengeditan foto bagi tim PKM. Fotografer ini juga dapat membantu dalam mengambil foto produk Kresh Cookies dengan kualitas tinggi, sehingga menciptakan galeri foto yang menarik dan profesional.
4. *Influencer* Lokal atau *Blogger* Makanan: Melibatkan *influencer* lokal atau *blogger* makanan sebagai mitra dalam proyek ini dapat membantu dalam memperkenalkan produk kue khas Padang kepada *audiens* yang lebih luas. Mitra ini dapat berkolaborasi dengan tim PKM untuk menyebarkan foto produk dan informasi tentang Kresh Cookies melalui platform mereka, seperti *blog* atau akun media sosial.
5. Komunitas Kuliner Lokal: Tim PKM bekerja sama dengan komunitas kuliner lokal untuk melakukan uji coba foto produk dan mendapatkan umpan balik dari anggota komunitas. Mitra ini dapat membantu dalam mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan pasar kuliner lokal, sehingga strategi pemasaran visual dapat disesuaikan secara lebih baik.

6. Pihak Terkait dalam Pemasaran Digital: Mitra dari pihak terkait dalam pemasaran digital, seperti *platform* media sosial atau *platform* iklan berbayar, dapat memberikan dukungan dan bimbingan dalam penggunaan teknologi digital yang tepat. Mitra ini juga dapat memberikan panduan tentang cara optimal untuk menggunakan fitur-fitur pemasaran digital untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Melibatkan mitra-mitra ini dalam PKM akan memperkaya perspektif, meningkatkan kualitas hasil, dan memperluas jangkauan pemasaran visual Kresh Cookies. Partisipasi mereka akan memberikan kontribusi berharga dalam mencapai tujuan proyek dan memberikan dampak positif bagi pengembangan bisnis kue khas Padang, Kresh Cookies.

### **Evaluasi Pelaksanaan Program**

Evaluasi pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) menjadi langkah penting untuk menilai keberhasilan dan efektivitas proyek. Evaluasi ini dapat membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan proyek, serta memberikan masukan berharga untuk perbaikan di masa mendatang. Berikut beberapa aspek yang perlu dievaluasi dalam pelaksanaan program PKM ini:

1. Implementasi Strategi Digital Marketing: Evaluasi harus mencakup implementasi strategi Digital Marketing yang telah dirancang dan diterapkan. Apakah strategi yang diusulkan telah dilaksanakan dengan baik dan tepat waktu, serta apakah strategi tersebut berhasil mencapai tujuan pemasaran visual yang telah ditetapkan.
2. Kualitas Foto Produk: Evaluasi harus menilai kualitas foto produk yang dihasilkan. Pertimbangkan apakah foto produk telah mencerminkan keunikan dan kualitas kue khas Padang dengan baik, serta apakah foto-foto tersebut menarik perhatian *audiens* dan meningkatkan citra merek Kresh Cookies.
3. Dampak Strategi Pemasaran Visual: Evaluasi harus menilai dampak strategi pemasaran visual terhadap bisnis Kresh Cookies. Apakah kampanye pemasaran tersebut berhasil meningkatkan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan kesadaran merek, serta apakah ada peningkatan signifikan dalam kinerja bisnis setelah penerapan strategi Digital Marketing.
4. Respon dan Interaksi Pelanggan: Evaluasi dapat melibatkan analisis data terkait respon dan interaksi pelanggan terhadap konten visual yang diposting di media sosial dan situs web. Pertimbangkan apakah ada peningkatan dalam jumlah "*like*," komentar, atau berbagi konten yang menunjukkan minat dan interaksi positif dari *audiens*. Tinjau efektivitas penggunaan platform media sosial dalam mencapai *audiens* target.

## 31

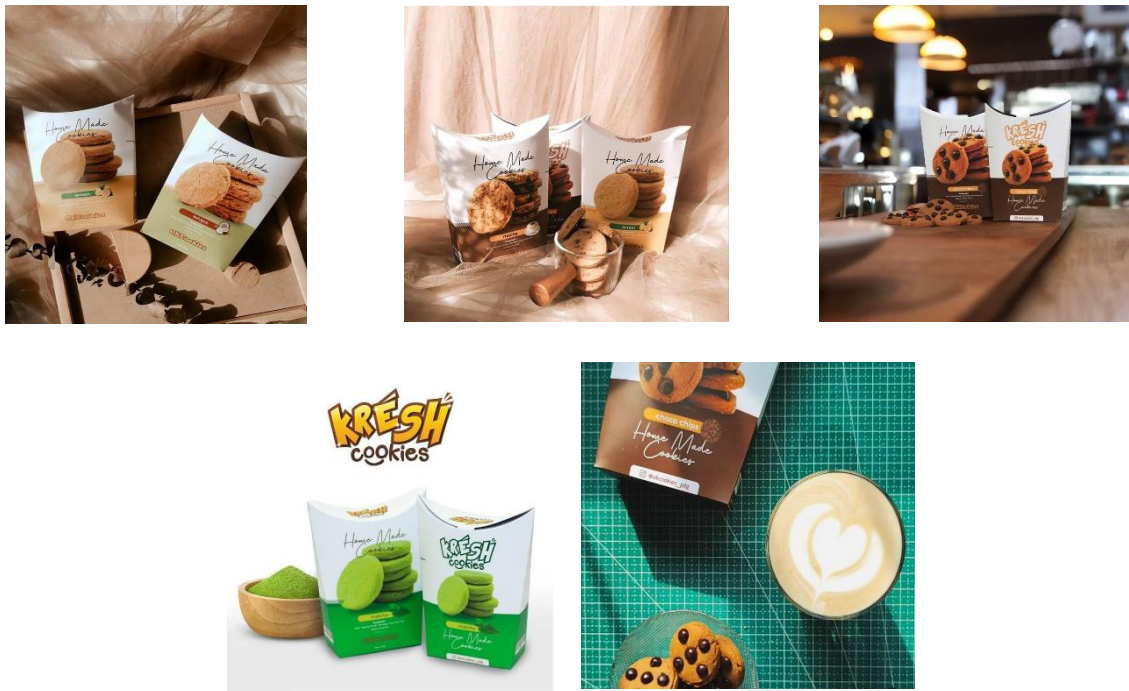
5. Umpan Balik Mitra dan Pelanggan: Evaluasi harus mencakup umpan balik dari mitra bisnis, *influencer* lokal, komunitas kuliner, dan pelanggan Kresh Cookies. Pertimbangkan tanggapan mereka terhadap upaya pemasaran visual dan apakah ada saran atau kritik yang berguna untuk perbaikan lebih lanjut.
6. Penggunaan Sumber Daya: Tinjau penggunaan sumber daya, termasuk waktu, tenaga, dan anggaran, dalam pelaksanaan PKM. Evaluasi harus memastikan bahwa sumber daya telah digunakan secara efisien dan sesuai dengan rencana proyek yang telah ditetapkan.
7. Pembelajaran dan Rekomendasi: Evaluasi harus menghasilkan pembelajaran berharga dari proses pelaksanaan proyek PKM ini. Identifikasi apa yang telah berhasil dan apa yang mungkin perlu ditingkatkan atau diubah di masa mendatang. Membuat rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut atau perluasan strategi pemasaran visual yang berhasil.

Melalui evaluasi yang komprehensif, PKM ini dapat mengevaluasi pencapaian tujuan, menilai dampak positif yang dihasilkan, dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan efektivitas pemasaran visual dalam mengembangkan bisnis kue khas Padang, Kresh Cookies.

## HASIL

Melalui pelaksanaan kegiatan "Foto Produk untuk Mengembangkan Bisnis Kue Khas Padang, Kresh Cookies," berhasil dicapai beberapa hasil dan luaran yang berdampak positif bagi bisnis. Penggunaan foto produk yang menarik dan berkualitas tinggi telah meningkatkan kesadaran merek Kresh Cookies di kalangan konsumen. Galeri foto produk yang menarik dapat digunakan dalam berbagai kampanye pemasaran dan materi promosi, yang membantu memperkuat kehadiran merek di media sosial dan situs web mereka. Foto produk yang menggugah selera juga membantu menarik minat lebih banyak pelanggan baru, dan interaksi yang lebih tinggi di media sosial berarti lebih banyak orang terlibat dengan konten merek. Selain itu, pelaksanaan kegiatan ini mungkin telah membuka kesempatan untuk berkolaborasi dengan *influencer* lokal atau mitra potensial lainnya, yang dapat membantu memperluas jangkauan bisnis dan meningkatkan eksposur merek. Analisis kinerja pemasaran visual juga memberikan wawasan berharga tentang strategi pemasaran yang efektif. Terakhir, penggunaan foto produk yang menarik juga dapat digunakan untuk mendukung ulasan dan testimoni positif dari pelanggan, membangun kepercayaan pelanggan baru terhadap produk Kresh Cookies. Keseluruhan, pelaksanaan kegiatan ini memberikan dampak positif dalam mengembangkan bisnis kue khas Padang, Kresh Cookies, dan memberikan fondasi untuk pengembangan lebih lanjut dalam strategi pemasaran visual di masa mendatang. Hasil Foto

produk akan di upload di media sosial Instagram:  
[https://www.instagram.com/okcookies\\_pdg/](https://www.instagram.com/okcookies_pdg/)



**Gambar 2.** Contoh beberapa foto produk yang di upload pada media sosial

## DISKUSI

Dalam diskusi hasil pengabdian masyarakat ini, terdapat beberapa poin yang perlu diperhatikan untuk mengembangkan bisnis Kue Khas Padang, Kresh Cookies lebih lanjut. Pertama, perbarui dan diversifikasi galeri foto produk secara terus-menerus dengan foto-foto berkualitas tinggi yang menampilkan berbagai varian kue khas Padang. Hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen dari berbagai segmen dan memperluas pangsa pasar. Selanjutnya, manfaatkan media sosial dengan menciptakan konten interaktif, seperti kuis atau polling, untuk meningkatkan keterlibatan pengikut dan membangun komunitas yang lebih kuat. Dengan melibatkan pengikut melalui konten interaktif, Kresh Cookies dapat memperkuat hubungan dengan konsumen dan membangun loyalitas merek.

Kreativitas juga dapat diaplikasikan dalam kampanye pemasaran dengan melibatkan influencer, mengadakan kontes, atau acara khusus. Melibatkan influencer lokal atau mitra potensial lainnya dapat membantu meningkatkan eksposur merek dan jumlah pelanggan. Kontes atau acara khusus juga dapat menciptakan buzz dan kegembiraan di kalangan konsumen, yang berpotensi meningkatkan minat dan penjualan. Selain itu, penting untuk selalu merespons komentar atau pesan dari pelanggan di media sosial dengan cepat dan

### 33

ramah. Menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap pelanggan dapat membangun hubungan yang positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Gunakan juga platform e-commerce untuk memperluas distribusi produk. Dengan memiliki platform e-commerce, Kresh Cookies dapat menjangkau konsumen di berbagai lokasi dan memudahkan proses pembelian produk. Lakukan riset pasar secara teratur untuk memahami tren dan kebutuhan konsumen. Dengan memahami tren pasar dan kebutuhan konsumen, Kresh Cookies dapat mengembangkan produk baru yang sesuai dengan preferensi konsumen dan tetap relevan di pasar.

Terakhir, tetap jaga kualitas produk utama dan dukungan customer service yang profesional. Kualitas produk yang konsisten dan pelayanan pelanggan yang baik akan membantu mempertahankan kepuasan pelanggan dan membangun citra merek yang positif. Dengan mengikuti saran-saran ini dan terus berinovasi, Kresh Cookies dapat mengoptimalkan pemanfaatan foto produk dan strategi pemasaran lainnya untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar di pasar kue khas Padang.

## **KESIMPULAN**

Terdapat beberapa kesimpulan yang penting yang dapat diambil dari pelaksanaan kegiatan PKM ini. Pemanfaatan foto produk yang menarik dan berkualitas tinggi membawa berbagai manfaat bagi bisnis Kresh Cookies, termasuk meningkatkan kesadaran merek, menarik minat konsumen potensial, dan meningkatkan keterlibatan di media sosial. Penggunaan foto produk juga berkontribusi pada peningkatan penjualan dan reputasi merek yang positif. Namun, dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim pelaksana mungkin menghadapi beberapa hambatan, seperti keterbatasan sumber daya, biaya dan anggaran, pengelolaan waktu, kesulitan dalam mengambil gambar produk, serta persoalan legalitas dan persetujuan. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut yang efektif untuk mengatasi kendala ini.

Beberapa langkah tindak lanjut yang dapat diambil adalah melakukan evaluasi dan refleksi terhadap pelaksanaan kegiatan, memperbarui rencana dan strategi yang ada, meningkatkan kualitas sumber daya yang tersedia, menjadwalkan ulang kegiatan dengan lebih efisien, memastikan legalitas dan persetujuan yang diperlukan, mengembangkan kreativitas dalam pengambilan foto produk, memperkuat kolaborasi tim, serta memantau kinerja dan hasil yang dicapai. Dengan mengambil langkah-langkah tindak lanjut yang tepat, bisnis Kresh Cookies dapat memaksimalkan manfaat dari penggunaan foto produk dan mengatasi hambatan yang dihadapi. Penggunaan foto produk yang efektif akan membantu



bisnis Kresh Cookies dalam mengembangkan pangsa pasar, membangun citra merek yang kuat, dan mencapai kesuksesan dalam industri kuliner yang kompetitif. Selain itu, evaluasi dan pengalaman dari kegiatan ini juga memberikan fondasi yang berharga untuk meningkatkan pemanfaatan visual pemasaran di masa mendatang. Dengan terus berinovasi dan memperbaiki strategi, bisnis Kresh Cookies dapat terus tumbuh dan beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Selaku ketua pelaksana Pengabdian Masyarakat saya ucapkan terima kasih kepada pemilik usaha UMKM atas terlaksananya pengabdian ini yang berlokasi di rumah produksi Kue Kresh Cookies yang bertempat Jl. Kp. Kelawi Barat RT 03 RW 07 Kel, Lubuk Lintah Kec. Kuranji Kota Padang, atas penyediaan tempat dan bersedia untuk menjadi mitra pengabdian kelompok kami. Selanjutnya ucapan terima kasih terhadap pihak kampus Universitas Metamedia semua dukungan sehingga terlaksananya pengabdian ini, serta tak lupa pula pada seluruh anggota kelompok saya yang sudah membantu terlaksananya pengabdian ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Febriyanti, Tasya, and Siti Ning Farida. 2023. "Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Karang." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 3: 20–27.
- Isnawati, Setya Indah, Ari Eko Budiyo, and Fitri Dwijayanti. 2022. "Pelatihan Fotografi Produk Untuk Pemasaran Digital Menggunakan Teknik Lifestyle Photography." *Bakti Humaniora* II, no. 1: 1–11.
- Mujiastuti, Rully, Eka Budhy Prasetya, Jumail Wastam, and Nurvelly Rosanty. 2019. "Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Website: [Http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaskat](http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaskat) PKM FOTO PRODUK DAN UPLOAD GAMBAR VIA MEDSOS PADA OK OCE KECAMATAN CAKUNG," no. September. <http://jurnal.umd.ac.id/index.php/semnaskat>.
- Rozinah, Siti, and Andri Meiriki. 2020. "Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tangerang Selatan." *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)* 3, no. 2: 134. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10573>.
- Slamet, Slamet, and Siswo Martono. 2022. "Workshop Digital Marketing Dan Implementasi Media Sosial Untuk Akselerasi Penjualan Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Kedung

Baruk Surabaya.” *TEKMULOGI: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1: 21–30.  
<https://doi.org/10.17509/tmg.v2i1.45389>.

Wisnu Yuwono, Lia Willyanto. 2024. “Penerapan Advertising Dan Digital Marketing Pada Warung Makan Indah Rasa.” *Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1.