

## Pelatihan Fotografi Menggunakan Ponsel Pintar dan Komersialisasinya Melalui Aplikasi Shutterstock

### Photography Training Using Smartphones and Its Commercialization Through the Shutterstock Application

Muhammad Rofi'i<sup>1\*</sup>, Nurul Huda<sup>2</sup>, Ariel Nian Gani<sup>3</sup>, Muhammad Faisal<sup>4</sup>, Novia  
Tulasmiyanti<sup>5</sup>, Dioni Yurinda Rahmasuciana<sup>6</sup>, Taufik Nur Hidayah<sup>7</sup>, Webryana Mendy  
Feehily<sup>8</sup>

<sup>1,3,4,7,8</sup> Program Studi Manajemen FEB Universitas YARSI, Menara YARSI, Jl. Let. Jend. Suprpto Kav. 13.  
Cempaka Putih, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, 10510-Indonesia.

<sup>2</sup>Program Studi Magister Manajemen Universitas YARSI, Menara YARSI, Jl. Let. Jend. Suprpto Kav. 13.  
Cempaka Putih, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, 10510-Indonesia.

<sup>5</sup>Tenaga Kependidikan Universitas YARSI, Menara YARSI, Jl. Let. Jend. Suprpto Kav. 13. Cempaka  
Putih, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, 10510-Indonesia.

<sup>6</sup>Peneliti PKEBS Universitas Gadjah Mada, Bulaksumur, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman,  
Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281-Indonesia.

\*E-mail corresponding author: muhammad.rofii@yarsi.ac.id

*Received: 19 Juni 2024; Revised: 29 Oktober 2024; Accepted: 28 Februari 2025; Available Online: 8 Maret 2025*

**Abstrak.** Generasi remaja adalah sumber daya potensial yang dapat mendukung kemajuan bangsa, namun minat berwirausaha generasi remaja Indonesia masih tergolong rendah. Salah satu peluang usaha yang potensial dan mudah dijalani oleh remaja tanpa mengganggu aktivitas pendidikan formalnya adalah berjualan foto di internet. Terdapat dua masalah utama yang dihadapi remaja di Lingkungan Lembaga Oase Anak Bangsa Jakarta Pusat yaitu rendahnya kemampuan fotografi dan kemampuan memanfaatkan internet untuk komersialisasi foto. Masalah tersebut perlu diselesaikan agar remaja dapat mulai mengomersialkan foto di internet. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan remaja dalam fotografi menggunakan ponsel pintar serta memanfaatkan aplikasi *Shutterstock* untuk mengkomersialkan foto. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *asset based community development* (ABCD) dan *participatory action research* (PAR). Jumlah peserta dalam kegiatan ini adalah 20 orang. Berdasarkan analisis *pretest* dan *posttest*, kegiatan ini berhasil memberikan kontribusi terhadap peningkatan pemahaman peserta, dengan variasi peningkatan antara 71% hingga 100% pada setiap individu, rata-rata peningkatan pemahaman yaitu 93%. Rekomendasi bagi peserta adalah mereka dapat memaksimalkan keterampilan dengan terus berlatih memproduksi foto berkualitas, kemudian mengomersialkannya di *Shutterstock*, kemudian hal yang tidak kalah penting adalah menjaga konsistensi untuk melakukan komersialisasi foto di internet karena pasarnya sangat luas dan berpotensi menghasilkan pendapatan.

**Kata Kunci:** fotografi; komersil; *shutterstock*.

**Abstract.** The teenage generation is a potential resource that can espouse the nation's headway, however their interest in entrepreneurship is still relatively low. One of the business opportunities that is potential and easy for teenagers to undertake without disrupting their formal education activities is selling photos on the internet. There are two main issues faced by teenagers in the Oase Anak Bangsa institution, namely poor photography skills and the ability to use the internet to commercialize photos. These issues need to be resolved, so that teenagers can start commercializing photos on the internet. This activity aims to improve their knowledge and abilities in photography using smartphones and its commercialization through the Shutterstock application. The methods used in this activity are *asset based community development* (ABCD) and *participatory action research* (PAR). There were 20 participants in this activity. According to the results

of the pretest and posttest analysis, this activity succeeded in contributing to an increase in understanding for each participant varies from 71% to 100%, with 93% in average of its increase. The recommendations for participants are maximizing their skills by practicing continuously to produce photos in good quality, then commercializing them on Shutterstock. Subsequently, the important one that needs to be noticed is maintaining consistency in commercializing photos on the internet, since the market is very wide and has the potential to generate income.

**Keywords:** commercial; photography; shutterstock.

**DOI:** <https://doi.org/10.30653/jppm.v10i1.994>

## 1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya, kewirausahaan adalah suatu bidang yang berfokus pada penciptaan dan pengembangan ide-ide baru. Hal ini melibatkan pengorbanan waktu, tenaga, dan biaya untuk mewujudkan ide tersebut menjadi kenyataan (Kurniawati & Khamainy, 2021). Sayangnya, minat berwirausaha di Indonesia masih tergolong rendah (Daoed et al., 2020). Kegiatan pemberdayaan masyarakat diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk mengembangkan potensi mereka dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di sekitar mereka. Melalui pemberdayaan ini, masyarakat dapat meningkatkan kualitas hidup dan mengoptimalkan apa yang dimiliki. Generasi muda merupakan salah satu komponen masyarakat yang perlu dilibatkan dalam proses pengembangan diri. Hal ini dikarenakan generasi muda memiliki potensi besar yang dapat mendukung keberhasilan pembangunan, baik secara individu maupun sosial. Pemberdayaan ini akan memberikan mereka keterampilan yang berguna untuk masa depan. Sejalan dengan itu, (Hariyanto, 2018) menyatakan bahwa pemberdayaan bagi remaja sangat penting agar mereka tidak terjerumus ke dalam hal-hal negatif.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu upaya dalam melakukan pemberdayaan masyarakat usia remaja agar memiliki motivasi berwirausaha dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Salah satu peluang usaha yang potensial dan mudah dijalani oleh kalangan remaja adalah berjualan foto di internet, foto adalah salah satu aset digital yang berharga bagi pemiliknya. Hasibuan et al. (2023) menyatakan bahwa kebanyakan masyarakat membuat konten visual berupa foto hanya untuk diunggah ke media sosial tanpa mengetahui bahwa sebenarnya foto tersebut dapat dikomersialisasikan jika di unggah di platform yang tepat. Seiring kemajuan teknologi, sebuah foto dengan cepat mudah menyebar ke seluruh dunia, hampir dipastikan berbagai sektor bisnis atau individu menggunakan foto sebagai sarana promosi atau ilustrasi. Harrison, (2002) menyatakan bahwa foto dapat berfungsi sebagai media untuk mendokumentasikan peristiwa dan menyampaikan pesan yang bersifat komersial. Foto juga memiliki nilai yang tinggi dalam dunia digital karena dapat digunakan untuk berbagai kepentingan, baik pribadi maupun profesional. Setelah aset digital berupa foto tersebut terjual kepada pembeli atau investor, pemilik awal tidak lagi memiliki hak atas foto tersebut (Hugo, 2022). Hal ini menunjukkan pentingnya pengelolaan hak cipta dan transaksi digital dalam dunia fotografi.

Lembaga yang menjadi mitra pada pengabdian masyarakat ini adalah Lembaga Oase Anak Bangsa yang berdiri sejak 2008. Lembaga ini merupakan lembaga sosial berbasis kemanusiaan dan pemberdayaan dengan salah satu program utama yaitu peningkatan mutu remaja. Lembaga tersebut berlokasi di kawasan marginal Tanjung Priok yang beberapa warganya memiliki kekurangan dari sisi ekonomi, kondisi ini mendorong lembaga untuk mendidik remaja agar dapat memiliki kemampuan berwirausaha. Saat ini, kebutuhan prioritas bagi remaja adalah kebutuhan praktik berwirausaha dengan memanfaatkan posel yang sudah dimiliki, namun di satu sisi remaja tersebut masih harus fokus sekolah sehingga dibutuhkan kemampuan berwirausaha yang bisa dijalankan dan tidak mengganggu aktivitas sekolah, maka dipilih jenis wirausaha yaitu berjualan foto di internet yang dapat dijalankan dimana saja dan kapan saja tanpa mengganggu aktivitas sekolah. Namun, terdapat 2 (dua) masalah yang muncul yaitu (1) masalah rendahnya kemampuan remaja dalam bidang fotografi; dan (2) masalah rendahnya kemampuan remaja dalam memanfaatkan media digital sebagai wadah untuk berbisnis berjualan foto. Berdasarkan 2 (dua) masalah tersebut maka kebutuhan prioritasnya adalah sebuah pelatihan, tujuan pelatihan ini adalah agar remaja memiliki keahlian fotografi menggunakan ponsel pintar yang mereka miliki, dan juga

mampu memanfaatkan media digital untuk berbisnis berjualan foto yang berpotensi menciptakan kemandirian dan menghasilkan pendapatan untuk dirinya. Peserta pelatihan ini merupakan kelompok yang tepat, yaitu generasi muda, yang cenderung memiliki motivasi tinggi terhadap kegiatan yang melibatkan internet dan teknologi terkini. Mereka memiliki ketertarikan yang besar terhadap perkembangan teknologi digital, yang memungkinkan mereka untuk lebih mudah beradaptasi dan memanfaatkan alat-alat tersebut dalam berbagai bidang. Keberadaan generasi muda ini memberikan peluang besar untuk perkembangan yang lebih inovatif di masa depan. Pemilihan ponsel sebagai alat fotografi dalam pelatihan ini karena lebih mudah dan dimiliki oleh semua peserta.

Berdasarkan kebutuhan prioritas tersebut, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pelatihan bisnis memproduksi foto (fotografi) dan menjualnya melalui internet yang berpotensi menghasilkan pendapatan. Seperti yang disampaikan oleh Sari, (2022) bahwa foto sebagai aset digital yang dihargai, sehingga sebuah foto dapat dijadikan sebuah bisnis dengan cara dijual dan menghasilkan pendapatan. Adanya peluang bisnis berjualan foto tersebut yang juga mendorong kegiatan pengabdian masyarakat ini bekerjasama dengan mitra yaitu Lembaga Oase Anak Bangsa Tanjung Priok.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan diperlukan untuk membantu mewujudkan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh remaja di lingkungan Lembaga Oase Anak Bangsa Tanjung Priok. Dengan penerapan metode yang tepat, diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan mereka dalam mengatasi tantangan yang ada. Pendekatan yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah *asset based community development* (ABCD), yang menekankan pada pengembangan masyarakat dengan memanfaatkan aset dan potensi yang ada dalam komunitas tersebut (Al-Kautsari, 2019). Aset yang dimiliki oleh mitra dalam pengabdian masyarakat ini berupa ponsel pintar yang dapat dimanfaatkan untuk fotografi dan berbisnis berjualan foto di beberapa media digital/platform digital. Metode lainnya yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah Metode PAR atau *participatory action research* (Supriyanto et al., 2024; & Purnomo & Achmad, 2024). Watters, et al. (2010) dalam (Putri & Sembiring, 2021) menjelaskan bahwa *participatory action research* (PAR) adalah jenis penelitian yang secara aktif melibatkan semua pihak dalam menganalisis tindakan yang sedang dilakukan. PAR juga dikenal sebagai penelitian yang melibatkan masyarakat sebagai subjek atau objek dalam proses penelitiannya, tujuan metode ini adalah melakukan perubahan dan perbaikan kemampuan partisipan menjadi lebih baik. Subjek kegiatan ini adalah 20 remaja di lingkungan Lembaga Oase Anak Bangsa yang memiliki ponsel pintar dan berkeinginan mengikuti kegiatan.

- 1) Tahap pertama merupakan tahap persiapan, yang bertujuan untuk memahami kondisi mitra sebagai peserta dalam program pengabdian masyarakat. Pada tahap ini, dilakukan diskusi bersama pengurus Lembaga Oase Anak Bangsa untuk mengidentifikasi pelatihan yang paling dibutuhkan saat ini. Selain itu, dilakukan juga analisis kebutuhan peserta untuk memastikan bahwa program yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Sebagai langkah selanjutnya, penyebaran kuesioner (*Pre-Test*) dilakukan untuk mengevaluasi pemahaman awal peserta mengenai fotografi dan penjualan foto di internet. Berdasarkan hasil *Pre-Test* disimpulkan bahwa remaja memiliki keinginan untuk berwirausaha berjualan foto, namun mereka belum memiliki keahlian fotografi dan keahlian berjualan foto sehingga dibutuhkan pelatihan.

- 2) Tahap selanjutnya adalah tahap pembelajaran. Mengacu pada hasil survey di tahap persiapan, proses ini bertujuan untuk memberikan peningkatan wawasan dan keterampilan peserta. Program pembelajaran disusun dalam dua bentuk pelatihan yang berbeda yaitu pertama pelatihan foto menggunakan ponsel pintar, berupa pengenalan fotografi, penyiapan gadget, praktik pengambilan foto-foto, melakukan perbaikan dan memilih foto terbaik untuk dijual. Alasan dipilihnya ponsel pintar sebagai alat foto karena dengan dukungan kualitas kamera yang disematkan pada ponsel pintar, saat ini semua orang bisa menjadi fotografer, menggunakan ponsel tersebut mereka mampu menciptakan foto berkualitas (Tanjung, 2016). Selanjutnya, pelatihan kedua berupa pelatihan mengoperasikan *shutterstock* dan *paypal* sebagai media berjualan foto, mulai dari membuat akun, memahami fitur-fitur yang tersedia, mengunggah foto dan memberikan deskripsi profil foto yang akan dijual.
- 3) Tahap akhir adalah tahap evaluasi, yaitu dilakukan penilaian terhadap sejauh mana keberhasilan kegiatan, yaitu peningkatan keterampilan dalam fotografi dan penggunaan platform digital untuk menjual foto. Evaluasi dilakukan dengan pemberian kuesioner (*post-test*) kepada peserta untuk melihat peningkatan pengetahuan, kemudian dilakukan juga penilaian terhadap hasil kinerja peserta dalam fotografi dan mengoperasikan platform digital. Data yang diperoleh dari kuesioner *pre-test* dan *post-test*, serta hasil dari latihan awal dan setelah pelatihan, dianalisis untuk mengidentifikasi perbedaan dalam kompetensi peserta sebelum dan setelah mengikuti program pelatihan. Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada peserta tentang memproduksi foto (fotografi) dan menjualnya melalui internet.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat sebanyak 20 orang peserta yang mengikuti kegiatan ini. Kegiatan pelatihan peningkatan pemahaman fotografi dan keterampilan menjual foto di internet dilakukan di kantor Lembaga Oase Anak Bangsa Tanjung Priok Jakarta Utara. Terkait dokumentasi aktivitas pelatihan dapat dilihat pada gambar berikut, gambar 1a merupakan aktivitas penyampaian materi dari narasumber (Muhammad Rofi'i) terkait fotografi dan *shutterstock*, gambar 1b merupakan aktivitas praktik dan pemberian masukan terhadap hasil praktik fotografi peserta, dan gambar 1c merupakan aktivitas diskusi dan tanya jawab terkait materi pelatihan yang sudah diberikan.



Gambar 1. Aktivitas pelatihan

Tahap awal sebelum pelatihan, peserta ditanya pertanyaan terkait dengan ketertarikan menjual foto dan kebutuhan mempelajari cara-caranya, hal ini untuk melihat niat dan motivasi mereka sebelum belajar, jawaban peserta tersaji pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Ketertarikan menjual foto dan kebutuhan belajar

	Pertanyaan terkait Pengalaman, Ketertarikan, dan Kebutuhan Belajar	Jumlah Peserta	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda pernah menggunakan Handphone (HP) untuk berfoto?	20	0
2	Apakah anda pernah menjual foto yang diambil menggunakan HP di internet?	0	20
3	Apakah anda tertarik menjual foto di internet menggunakan HP, dan berpotensi menghasilkan?	20	0
4	Apakah anda butuh untuk mempelajari "Cara Belajar Menjual Foto di Internat"?	20	0

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh peserta yaitu 20 orang pernah menggunakan HP untuk berfoto (pertanyaan 1), namun seluruh peserta belum pernah memiliki pengalaman menjual foto yang diambil menggunakan HP di internet (pertanyaan 2). Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa seluruh peserta, yang berjumlah 20 orang, menyatakan bahwa mereka tertarik untuk menjual foto di internet dengan menjawab "Ya" dan mereka juga mengakui bahwa membutuhkan pengetahuan cara belajar menjual foto di internet. Jawaban-jawaban peserta tersebut memperkuat bahwa pelatihan ini perlu dilaksanakan karena peserta membutuhkannya.

Bedford (2017) menyatakan bahwa tingginya motivasi seseorang memiliki korelasi yang positif terhadap keberhasilan suatu pembelajaran. Sehingga, pada sesi awal pelatihan untuk membangkitkan motivasi peserta maka dipaparkan materi tentang *success stories* orang-orang yang sudah berhasil mendapatkan pendapatan finansial dari aktivitas menjual foto di internet. Hal ini diharapkan dapat mendorong munculnya harapan dan semangat peserta pelatihan untuk dapat meniru kesuksesan orang-orang yang sudah berhasil mengomersialkan foto di internet tersebut.

Streit & Erlyana (2019) menyatakan bahwa refleksi merupakan tahapan yang penting untuk mengevaluasi pemberdayaan yang telah dilaksanakan, hal ini untuk memastikan bahwa pemberdayaan yang dilakukan sudah terarah dan terukur. Untuk menilai sejauh mana pelatihan berhasil, peserta diberikan serangkaian 14 pertanyaan pada *pre-test* dan *post-Test*. Pada *pre-test*, peserta diminta menjawab berdasarkan pengetahuan mereka sebelum pelatihan, sementara pada *post-test*, setelah pelatihan selesai, peserta diberikan kembali pertanyaan yang sama. Tujuan dari pertanyaan ini adalah untuk menilai sejauh mana pemahaman peserta terhadap 14 topik yang telah diajarkan, khususnya mengenai pengetahuan mereka tentang apakah foto-foto di ponsel dapat dijual, alasan mengapa perlu menjual foto, lokasi pasar (*website*) untuk menjual foto, langkah-langkah menjual foto, jenis foto yang bisa dijual, siapa yang menetapkan harga jual foto, siapa yang membeli foto, cara foto yang baik menggunakan hp, pengetahuan terkait *paypal*, cara membuat akun *paypal*, pengetahuan tentang *shutterstock*, cara membuat akun shutterstock, cara mengunggah foto di *shutterstock*, dan alasan foto ditolak oleh *shutterstock*. Kesimpulannya, pelatihan yang telah dilaksanakan memberikan dampak positif, yang terlihat dari peningkatan pengetahuan peserta mengenai cara menjual foto secara *online*. Peningkatan pemahaman setiap peserta bervariasi, mulai dari 71% hingga 100%, dengan rata-rata peningkatan pengetahuan sebesar 93% di antara 20 peserta.

Selanjutnya, terkait berapa jumlah peserta yang dapat ditingkatkan pengetahuannya setelah pelatihan berdasarkan 14 indikator pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Perbandingan antara *pretest* dan *posttest* berdasarkan item pertanyaan

No	Pertanyaan	Jumlah Peserta yang Mengetahui tentang item-item yang ditanyakan		Jumlah Peserta yang Berhasil Ditingkatkan Pemahamannya Setelah Pelatihan (Selisih antara <i>posttest</i> dikurangi <i>pretest</i> )	
		Pre-Test	Post-Test	Peserta	%
1	Apakah anda tahu bahwa foto-foto di HP anda bisa dijual di internet?	5	20	15	75%
2	Apakah anda tahu alasan mengapa perlu menjual foto di internet?	1	20	19	95%
3	Apakah anda tahu lokasi pasar (website) untuk menjual foto di internet?	0	20	20	100%
4	Apakah anda tahu langkah-langkah jual foto di internet?	0	20	20	100%
5	Apakah anda tahu foto seperti apa yang bisa dijual di internet?	2	20	18	90%
6	Apakah anda tahu siapa yang menetapkan harga jual foto di internet?	0	20	20	100%
7	Apakah anda tahu siapa yang membeli foto kita di internet?	2	20	18	90%
8	Apakah anda tahu memfoto yang baik dengan HP?	5	20	15	75%
9	Apakah anda tahu apa itu <i>paypal</i> ?	3	20	17	85%
10	Apakah anda tahu cara mendaftar/membuat akun <i>paypal</i> ?	2	20	18	90%
11	Apakah anda tahu apa itu <i>shutterstock</i> ?	0	20	20	100%
12	Apakah anda tahu cara mendaftar/membuat akun <i>shutterstock</i> ?	0	20	20	100%
13	Apakah anda tahu cara unggah/upload foto di <i>shutterstock</i> ?	0	20	20	100%
14	Apakah anda tahu mengapa kadang foto kita ditolak oleh <i>shutterstock</i> ?	0	20	20	100%
<b>RATA-RATA</b>					<b>93%</b>

Tabel 2 menunjukkan 14 pertanyaan terkait fotografi dan penjualan foto secara *online* yang diajukan kepada 20 peserta untuk mengukur peningkatan pemahaman mereka mengenai topik tersebut. Proses ini dilakukan pada saat *pre-test* dan *post-test*. Hasilnya, pelatihan ini berhasil meningkatkan jumlah peserta yang awalnya tidak paham, sehingga setelah pelatihan mereka dapat memahami materi mengenai fotografi dan penjualan foto di internet. secara rata-rata sejumlah 93% peserta meningkat pengetahuannya setelah mengikuti pelatihan. Indikator utama dari keberhasilan pelatihan ini adalah terjadinya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Lacerenza et al., (2017) yang menemukan bahwa keberhasilan pembelajaran adalah ditandai dengan terjadinya perubahan pengetahuan terkait dengan materi yang dipelajarinya. Isnawati et al., (2022) menemukan bahwa

pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang nyata pada peserta. Furqorina et al., (2023) menyatakan bahwa adanya pelatihan dapat meningkatnya kualitas foto yang dihasilkan peserta dan munculnya keinginan dari peserta agar pelatihan dilakukan rutin. Irawan, (2019) juga menyatakan bahwa pelatihan dan pendampingan fotografi dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan pengetahuan baru yang berhubungan dengan peningkatan kemampuan fotografi. Penelitian lain melaporkan bahwa pemahaman teori akan semakin kuat dan terinternalisasi oleh peserta pelatihan apabila diikuti dengan kegiatan praktik (Kebritchi et al., 2017).

Secara rinci, Tabel 2 dapat dijelaskan sebagai berikut: untuk item pertanyaan pertama, sebelum pelatihan hanya ada 5 peserta yang mengetahui bahwa “Foto di HP bisa dijual di internet”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) sudah mengetahuinya, yang berarti pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 15 peserta (75%) tentang hal tersebut. Untuk item pertanyaan kedua, sebelum pelatihan hanya ada 1 peserta yang mengetahui “alasan perlunya menjual foto di internet”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahui, yang menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 19 peserta (95%) mengenai hal ini.

Pada item pertanyaan ketiga, sebelum pelatihan tidak ada peserta yang mengetahui “lokasi untuk menjual foto di internet”. Namun, setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang berarti pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 20 peserta (100%) tentang hal ini. Untuk item pertanyaan keempat, sebelum pelatihan, tidak ada peserta yang mengetahui “langkah-langkah menjual foto di internet”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahui, yang menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan 20 peserta (100%) terkait hal ini.

Pada item pertanyaan kelima, sebelum pelatihan hanya ada 2 peserta yang mengetahui “foto seperti apa yang bisa dijual di internet”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang berarti pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 18 peserta (90%) mengenai topik tersebut. Untuk item pertanyaan keenam, sebelum pelatihan tidak ada peserta yang mengetahui “pihak mana yang menetapkan harga jual foto”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) sudah mengetahuinya, yang menunjukkan pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 20 peserta (100%).

Untuk item pertanyaan ketujuh, sebelum pelatihan hanya ada 2 peserta yang mengetahui “pihak mana yang membeli foto di internet”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang berarti pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 18 peserta (90%) terkait hal tersebut. Pada item pertanyaan kedelapan, sebelum pelatihan hanya ada 5 peserta yang mengetahui “cara memfoto yang baik dengan HP”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 15 peserta (75%) tentang hal ini.

Pada item pertanyaan kesembilan, sebelum pelatihan hanya ada 3 peserta yang mengetahui tentang “*paypal*”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang berarti pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 17 peserta (85%) mengenai hal tersebut. Untuk item pertanyaan kesepuluh, sebelum pelatihan hanya ada 2 peserta yang mengetahui “Cara membuat akun *paypal*”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang menunjukkan pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 18 peserta (90%).

Terkait item pertanyaan kesebelas, sebelum pelatihan tidak ada peserta yang mengetahui tentang “*shutterstock*”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang berarti pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan 20 peserta (100%). Pada item pertanyaan kedua

belas, sebelum pelatihan tidak ada peserta yang mengetahui tentang “cara membuat akun *shutterstock*”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 20 peserta (100%).

Untuk item pertanyaan ketiga belas, sebelum pelatihan tidak ada peserta yang mengetahui tentang “cara mengunggah foto di *shutterstock*”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang berarti pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan 20 peserta (100%). Terakhir, pada item pertanyaan keempat belas, sebelum pelatihan tidak ada peserta yang mengetahui tentang “alasan mengapa foto ditolak oleh *shutterstock*”. Setelah pelatihan, seluruh peserta (20 orang) mengetahuinya, yang menunjukkan pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan 20 peserta (100%) mengenai hal ini.

#### 4. SIMPULAN

Melihat adanya kebutuhan peserta untuk mengembangkan keterampilan berwirausaha melalui penjualan foto di internet dengan memanfaatkan ponsel pintar, pelatihan fotografi dan penjualan foto pun dilaksanakan. Banyak peserta yang tertarik untuk mempelajari cara baru dalam memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan penghasilan. Oleh karena itu, tujuan utama dari program pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu Lembaga Oase Anak Bangsa dalam menyelenggarakan pelatihan bagi 20 peserta, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan mereka dalam menjual foto secara *online*. Pelatihan ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan praktis yang langsung dapat diterapkan oleh peserta dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*, terlihat bahwa pelatihan ini memberikan dampak positif yang tercermin dalam peningkatan pemahaman peserta tentang fotografi dan penjualan foto di internet. Peningkatan pemahaman setiap peserta bervariasi antara 75%-100%, dengan rata-rata peningkatan sebesar 93% di antara 20 peserta, yang menunjukkan keberhasilan program ini. Tujuan pelatihan ini telah tercapai, terbukti dengan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai 14 topik, termasuk pemahaman bahwa foto dapat dijual, alasan mengapa perlu menjual foto, lokasi pasar (*website*) untuk menjual foto, langkah-langkah menjual foto, jenis foto yang bisa dijual, siapa yang menetapkan harga jual foto, siapa yang membeli foto, cara foto yang baik menggunakan ponsel pintar, pengetahuan terkait *paypal*, cara membuat akun *paypal*, pengetahuan tentang *shutterstock*, cara membuat akun *shutterstock*, cara mengunggah foto di *shutterstock*, dan alasan foto ditolak oleh *shutterstock*. Selanjutnya, rekomendasi dari kegiatan ini adalah peserta dapat memaksimalkan pengetahuan dan keterampilannya untuk terus memproduksi foto-foto terbaik menggunakan ponsel pintar yang dimiliki, lalu menjualnya di *shutterstock*, peserta juga dapat melihat serta belajar bentuk-bentuk foto yang layak dijual di laman *shutterstock*, dan yang tidak kalah penting adalah menjaga semangat dan konsistensi untuk terus berwirausaha di bidang penjualan foto karena pasarnya sangat luas dan potensi penghasilannya cukup besar.

#### REFERENSI

- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259. <https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572>.
- Daoed, T. S., Nasution, M. A., & Firah, A. (2020). Pengembangan Peran Sekolah Dan Kepercayaan Diri Siswa Dalam Meningkatkan Karakter Kewirausahaan Berbasis

- Kurikulum 2013 Pada Siswa/I Smks Tik Darussalam Medan. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 56–64. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v1i1.537>.
- Darmawanto, A. T., Maryunani, & Noor, I. (2015). Pengukuran Jatidiri dan Daya Saing Koperasi dengan Pendekatan *Development Ladder Assesment (DLA)* Studi pada KUD Subur, KPRI Universitas Brawijaya, dan KWSU BAM di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(4), 610–619. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/811>.
- Furqorina, R., Triandika, L. S., Aguslim, M., Syarif, Moh., & Firdaus, M. I. (2023). Pemanfaatan visual branding melalui foto produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(2), 348–356. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20261>.
- Hariyanto, B. P. (2018). Pencegahan Dan Pemberantasan Peredaran Narkoba Di Indonesia. *Jurnal Daulat Hukum*, 1(1). <https://doi.org/10.30659/jdh.v1i1.2634>.
- Harrison, B. (2002). *Photographic visions and narrative inquiry. Narrative Inquiry*, 12(1), 87–111. <https://doi.org/10.1075/ni.12.1.14har>.
- Hasibuan, A. Z., Asih, M. S., Sundari, S., Hadinata, E., & Khairunnisa. (2023). Shutterstock Basic Training as a Media Provider for Visual Content Students of SMK 1 Pantai Labu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JAPAMAS)*, 2(2), 205–213.
- Hugo, A. (2022). *How to Create Sell and Buy Non Fungible Token Cara Baru Menjadi Kaya* (Cetakan Pertama). Media Pressindo.
- Irawan, F. A. (2019). Peningkatan *Softskill* Dibidang *Sport Recreation* melalui Pelatihan dan Pendampingan Fotografi. *Jurnal Abdimas*, 23(1).
- Isnawati, S. I., Budiyanto, A. E., & Ali, A. (2022). Pelatihan Fotografi Produk Menggunakan Smartphone Untuk Meningkatkan Visual Branding Pada Umkm Kerajinan Tanduk Sapi Desa Pucang, Magelang. *Abdi Makarti*, 1(2), 88. <https://doi.org/10.52353/abdimakarti.v1i2.328>.
- Kebritchi, M., Lipschuetz, A., & Santiago, L. (2017). Issues and Challenges for Teaching Successful Online Courses in Higher Education. *Journal of Educational Technology Systems*, 46(1), 4–29. <https://doi.org/10.1177/0047239516661713>.
- Kurniawati, D., & Khamainy, A. H. (2021). Membangun Kemandirian Financial Anak Panti Asuhan Melalui Jiwa Kewirausahaan. *Darmabakti : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 69–76. <https://doi.org/10.31102/darmabakti.2021.2.2.69-76>.
- Lacerenza, C. N., Reyes, D. L., Marlow, S. L., Joseph, D. L., & Salas, E. (2017). Leadership training design, delivery, and implementation: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 102(12), 1686–1718. <https://doi.org/10.1037/apl0000241>.
- Purnomo, P., & Achmad, S. (2024). Matrikulasi Kemampuan Membaca Al-Qur'an Menggunakan Metode Sur'aty Pada Mahasiswa Program Studi PAI UIN Salatiga. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(4), 1009–1017. <https://doi.org/10.30653/jppm.v9i4.951>.
- Putri, R. A., & Sembiring, S. B. (2021). Implementation of Desktop Publishing Application for Flyer and Business Card Design with Participatory Action Research (PAR) Method. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(1).
- Sari, D. P. (2022). Pemanfaatan Nft Sebagai Peluang Bisnis Pada Era Metaverse. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 237. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i1.1770>.
- Supriyanto, E., Lestariningsih, E., Murti, H., Redjeki, R. S., Handoko, W. T., Ardianto, E., Soelistijadi, R., Wismarini, T. D., Wahyudi, E. N., & Lusiana, V. (2024). Perluasan Pemasaran melalui Literasi Aplikasi Shopee bagi UMKM Paguyuban Lentera Mranggen

Demak. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(4), 1035–1045.  
<https://doi.org/10.30653/jppm.v9i4.989>.

Tanjung, M. R. (2016). Fotografi Ponsel (Smartphone) Sebagai Sarana Media Dalam Perkembangan Masyarakat Modern. *Proporsi Jurnal Desain Multimedia Dan Industri Kreatif*, 1(2), 224–234.