

PELATIHAN PENGGUNAAN DAN PENGEMBANGAN E-KATALOG PADA UMKM ANGGOTA ASOSIASI RUMAH PENGUSAHA MALANG RAYA (RPMR)

Suci Nurfauziah¹⁾, Ayu Febriyanti Puspitasari²⁾, Nurul Hidayatinnisa³⁾,
Sanita Dhakirah⁴⁾, Kun Mustain⁵⁾

¹⁾Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: sucinurfauzi@polinema.ac.id

²⁾Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: ayufebriyanti@polinema.ac.id

³⁾Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: nurulnisa@polinema.ac.id

⁴⁾Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: sanita@polinema.ac.id

⁵⁾Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: kun.mustain@polinema.ac.id

Abstract

RPMR (Rumah Pengusaha Malang Raya) consists of MSMEs throughout Malang Raya, most MSME members only focus on production, and they have difficulty developing their businesses, especially in the digital era. In the digital era like today, everyone always holds a handphone, handphone are not only a means of telephone communication but also a means of sharing information via chat and social media. Likewise with promotions or offering products by showing pictures (catalogs). Therefore, catalogs in digital/electronic form are very important to show the goods/products produced by MSMEs. With the e-catalog, MSMEs can more easily share and show their catalogs both online and offline. This PPM aims to provide insight through training and creating e-catalogs for MSME member associations RPMR to increase their literacy. This e-catalog is made based on direct observations and photos of MSME products. The existence of this PPM can increase knowledge of digital literacy and MSMEs can take advantage of the e-catalog that has been created as promotion media.

Keywords: e-katalog, UMKM, literasi digital

1. PENDAHULUAN

Malang merupakan salah satu kota yang banyak terdapat UMKM dan mendukung produk-produk UMKM yang tersebar luas di area Malang. Pada masa selama pandemic ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi pendongkrak pertumbuhan perekonomian di Kota Malang Jawa Timur. Dikutip dari (Media Indonesia, 2021), keberadaan UMKM berkontribusi memulihkan ekonomi terutama mereka yang aktif di pasar daring. Selain itu, ekonomi kreatif membuat ekonomi tumbuh. Subsektor kuliner menjadi andalan menyumbang 66,17%, kriya 11,34%, aplikasi dan gim 7,95%, fesyen 7,63% serta musik 1,49%.

Kehadiran UMKM Kota Malang menjadi potensi besar bagi pemulihan perekonomian.

Namun, tidak sedikit UMKM yang gulung tikar atau mati suri karena tidak bisa beradaptasi selama pandemic Covid-19, hanya UMKM yang mampu beralih pada digitalisasi yang mampu bertahan, dengan mengarahkan usahanya untuk berjualan secara online. Banyak UMKM yang lemah terhadap literasi digital, menurut berita pada (Pelaku Bisnis, 2021) secara mengejutkan kepemilikan *smartphone* di Indonesia 1,5 kali dari penduduk Indonesia, namun ternyata ada kesenjangan, yaitu ketidakmampuan pelaku UMKM terhadap literasi digital.

Begitu pula yang terjadi pada beberapa UMKM yang tergabung dalam Asosiasi

Rumah Pengusaha Malang Raya (RPMR). Rumah Pengusaha Malang Raya (RPMR) ini merupakan asosiasi UMKM terbesar se-Malang Raya (Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu) dengan menaungi hampir 450+ pelaku UMKM. Apalagi dengan adanya pandemi Covid 19, semua sektor menjadi melemah, kecuali sektor makanan dan minuman yang masih tetap dibutuhkan.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan para pelaku UMKM yang menjadi anggota asosiasi RPMR, para pelaku UMKM ini bisa menggunakan smartphone. Namun, hanya sebatas untuk konsumsi saja seperti sekedar kirim pesan melalui aplikasi chat seperti whatsapp atau hal-hal sederhana lainnya seperti balas membalas pesan/*story* di sosial media.

Oleh karena itu diperlukan suatu cara atau teknologi sederhana agar pelaku UMKM bisa memasarkan produk mereka hanya dengan cukup berbagi link atau gambar/video yang menarik melalui pesan di sosial media. Tidak hanya itu, tetapi juga perlunya peningkatan literasi digital pada pelaku UMKM.

Untuk itulah diperlukan pelatihan dan pembuatan E-Katalog Pada Salah Satu UMKM Anggota Rumah Pengusaha Malang Raya (RPMR). Kebutuhan akan hal tersebut sangat besar dihadapi oleh setiap anggota masyarakat terutama UMKM yang ada tergabung dalam Rumah Pengusaha Malang Raya.

UMKM yang akan dibuatkan e-katalog sebanyak tiga UMKM yang merupakan anggota dari asosiasi RPMR. UMKM tersebut antara lain umkm bumbu runak rahayu, umkm minuman sari buah, dan Phy Edumedia Alat Laboratorium dan Kesehatan. Ketiga UMKM ini dipilih dari sector yang berbeda, ketiganya dipilih sebagai pilot project, harapannya jika kedepannya ini berjalan dengan baik maka akan ditingkatkan lagi melalui pelatihan dan pembinaan pembuatan e-katalog. Sekaligus ketiga UMKM ini bisa menjadi contoh dan dapat menularkan pemahamannya akan literasi digital kepada anggota UMKM dari asosiasi RPMR yang lain.

Sebagai instrument bagian dari masyarakat, Politeknik Negeri Malang merupakan lembaga institusi pendidikan yang bertugas memberikan pendidikan kepada masyarakat sebagai bentuk kepedulian sosial. Oleh karena itu, tujuan dari PPM ini adalah memberi

wawasan melalui pelatihan dan pembuatan e-katalog pada UMKM anggota asosiasi (RPMR) untuk menambah literasinya.

2. KAJIAN LITERATUR

Royan (2012) berpendapat bahwa “Katalog adalah lembaran barang cetakan yang berisi gambar produk, prototype produk, kode serta atribut lainnya. Katalog ini dibuat secara mewah dengan mencetak bewarna dikertas kilap”. Pendapat lain menyatakan bahwa katalog adalah tidak seperti brosur, katalog menyediakan semua yang dibutuhkan untuk menutup sebuah transaksi, mulai dari pilihan produk, harga dan informasi pemesanan.

Chandra (2017) menambahkan mengenai fungsi katalog sebagai berikut(Chandra, 2022) :

1. Bermanfaat memasarkan dan menawarkan barang
2. Menjadi media promosi efektif dan efisien
3. Mengurangi biaya promosi

E-Katalog merupakan sebuah media elektronik yang di buat dengan tujuan memberikan atau menyediakan informasi yang lebih mendetail sekaligus promosi secara efektif melalui layout menarik(Indraswari et al., 2021).

Definisi lain e-catalogue dalam menurut Zulfauzi dalam (Amelia et al., 2022) merupakan presentasi online yang memberikan informasi jasa dan produk yang akan ditawarkan dan dijual oleh sebuah organisasi. Media elektronik berupa katalog elektronik dapat digunakan sebagai media penyampaian saat mempromosikan produk atau jasa. Dengan adanya katalog elektronik dapat membantu pelaku usaha mengkomunikasikan dan memasarkan informasi produk atau jasa secara jelas kepada konsumen melalui media sosial.

Menurut Arifin (1994) dalam (Amelia et al., 2022) penyusunan strategi komunikasi meliputi penentuan pesan, mengenal khalayak, seleksi dan penggunaan media, dan menetapkan metode .

3. METODE

Metode yang dilaksanakan dalam kegiatan PkM ini adalah:

- a. Pengumpulan data

Untuk tahapan pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada ketua asosiasi RPMR dan pemilik UKM.

b. Pengembangan E-katalog

Untuk tahapan pengembangan e-katalog dilakukan langkah-langkah :

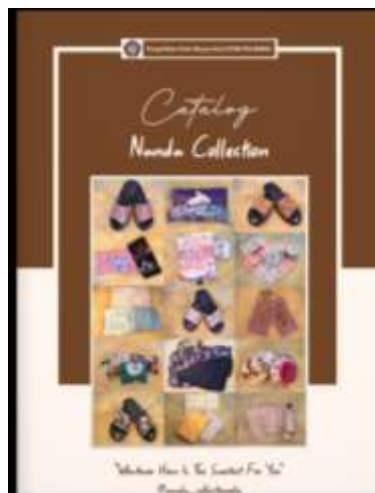
- Desain katalog : Mendesain katalog nya dengan menggunakan aplikasi canva atau coreldraw. Desain ini menyesuaikan dengan daftar produk yang dijual oleh UMKM sesuai dengan hasil pengumpulan data. Hasilnya nanti akan berupa gambar (jpg/png) atau bisa juga pdf.
 - Menjadikannya e-katalog : Memasukkan katalog yang sudah didesain ke aplikasi fliphtml5 untuk dibuatkan animasi serta menjadikannya bentuk e-katalog.
- b. Alih Pengetahuan
- Bentuk Alih pengetahuan/pendidikan dan pelatihan diadakan secara singkat dengan materi penggunaan e-katalog untuk memasarkan produk.
 - Diskusi atau tanya jawab : Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui apakah materi telah dikuasai oleh peserta. Selain itu juga untuk memberi kesempatan pada peserta untuk menanyakan hal-hal yang belum dimengerti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan wawancara dan menentukan UKM mana yang akan menjadi fokus pengabdian masyarakat kami, kami terlebih dahulu mewawancarai dan menggali informasi dari Ketua Asosiasi RPMR, dari obrolan itu diperoleh beberapa informasi dan kondisi UMKM yang tergabung dalam asosiasi RPMR. Berdasarkan wawancara tersebut maka diputuskan dua UMKM yang menjadi fokus PKM kami pata tahun ini yaitu Nanda Collection dan Cahaya Putra Jaya.

Telah dilakukan wawancara dan observasi dengan pemilik UKM Nanda Collection dan UKM Cahaya Putra Jaya terlebih dahulu, wawancara ini dilakukan untuk menggali keterbutuhan akan katalog bagi UKM. Selanjutnya mendesain dengan menggunakan media aplikasi desain grafis online yaitu design.template dan canva.

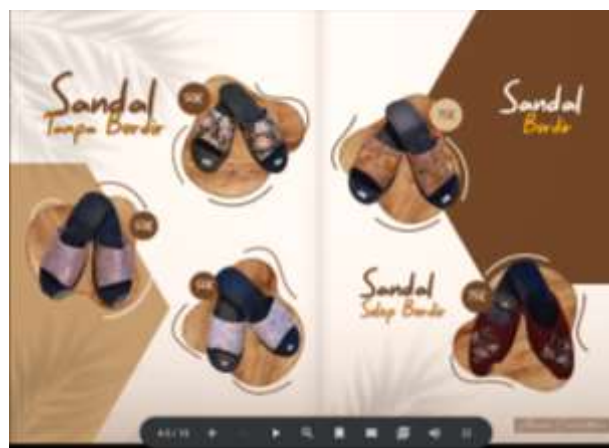
Berikut ini adalah hasil katalog untuk UKM Nanda Collection, total ada 10 halaman (ditunjukkan pada Gambar 1-5).



Gambar 1. Halaman Cover e-catalog Nanda Collection

Our Product	
1. Sandal Tanpa Border	20.000
2. Sandal Dengan Border	20.000
3. Sandal Tanpa Border	20.000
4. Sandal Dengan Border	20.000
5. Sandal Tanpa Border	20.000
6. Sandal Dengan Border	20.000
7. Sandal Tanpa Border	20.000
8. Sandal Dengan Border	20.000
9. Sandal Tanpa Border	20.000
10. Sandal Dengan Border	20.000

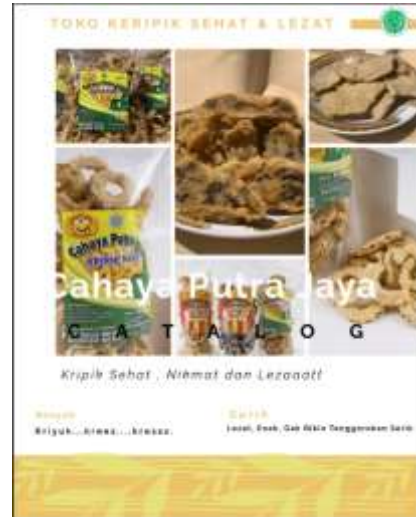
Gambar 2. Halaman 2 dan 3 List Product



Gambar 3. Halaman 4 dan 5 Produk Sandal



Gambar 4. Halaman 6 dan 7 Bantalan Jarum Pentul



Gambar 7. Halaman Cover e-catalog Cahaya Putra Jaya



Gambar 5. Halaman 8 dan 9 Tempat Tisu



Gambar 8. Halaman 2 dan 3 Produk Keripik Jamur



Gambar 6. Halaman Penutup Selanjutnya Gambar 7 sampai dengan 10 merupakan katalog untuk UKM Cahaya Putra Jaya dengan 7 halaman.



Gambar 9. Halaman 4 dan 5 Produk Keripik Pare



Gambar 10. Halaman 6 dan 7 Produk Keripik Pare

Untuk mempermudah UKM dalam menyebarkan katalog maka kami juga menyediakan nya dalam bentuk link agar lebih mudah dibagikan, bisa melalui social media whatsapp.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua RPMR ternyata masih banyak UMKM yang belum melek akan digital sebagai salah satu media pemasaran. Sebagian besar UMKM memerlukan bantuan untuk memasarkan produk secara digital. Sebagian besar pemilik UMKM hanya menggunakan media whatsapp sebagai media digital, itupun hanya untuk berkomunikasi saja. Hasil wawancara dengan dua UMKM terpilih juga memberikan jawaban yang serupa, mereka hanya fokus produksi saja tidak memiliki media pemasaran digital yang terkelola dengan baik. Untuk itu diperlukan media sederhana yang bisa membantu mereka untuk memasarkan produk secara mandiri.

Melalui PKM ini kami memutuskan membuat media promosi sederhana berupa e-katalog ini maka UMKM bisa memposting katalog sebagai bentuk status whatsapp atau membagikan link e-katalog ke beberapa grup jualan untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM.

Pelatihan diberikan setelah e-katalog jadi, pelatihan ini berisi terkait literasi digital dan bagaimana penggunaan e-katalog secara efektif. Dari hasil pelatihan ini, UMKM mendapatkan pengetahuan atau adanya transfer ilmu ke pemilik UMKM, UMKM memahami penggunaan e-katalog dan tertarik untuk memasarkan produnya secara digital.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil kesimpulan berisi rangkuman singkat atas hasil pengabdian dan pembahasan. [Times New Roman, 11, normal]. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam bentuk pelatihan dan pengembangan e-catalog pada UMKM anggota asosiasi RPMR telah terlaksana dengan baik dan lancar. UMKM yang diberikan pelatihan dan dibuatkan produk antara lain UMKM Cahaya Putra Jaya yang berlokasi di Pakirsaji, Kab. Malang dan UMKM Nanda Collection yang berlokasi di Wagir, Kab. Malang.

Kegiatan ini melibatkan tim pengabdian kepada masyarakat yaitu dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang yang ahli dibidang komputer, manajemen pemasaran, dan mahasiswa jurusan Administrasi Niaga. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan ini juga memberikan manfaat kepada kedua belah pihak. Manfaat bagi peserta pelatihan, yaitu para peserta mendapat ilmu dan wawasan baru mengenai pemasaran digital serta e-catalog produk mereka yang siap dipergunakan. Respon peserta pengabdian yaitu UMKM dan pihak asosiasi pengusaha RPMR sangat baik, bahkan mereka mengharapkan adanya program sejenis untuk membuka wawasan terkait literasi digital dan membutuhkan sentuhan atau bantuan dalam memasarkan produk.

Peserta mempunyai semangat yang tinggi setelah mengetahui pemasaran digital. Dalam hal promosi produk, dengan adanya e-catalog yang telah dibuatkan memudahkan mereka dalam mempromosikan produk jualannya.

6. DAFTAR REFERENSI

- Amelia, T., Erwin, T. H., & Widiyanti, R. (2022). Perancangan E-Catalogue Sebagai Media Promosi Produk Paket Wisata PT. Ranata Air Network. *Prosiding Industrial Research ...*. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4286>
- Chandra, A. (2022, February 17). *Harmony*. <https://Harmony.Co.Id>.
- Indraswari, C., Insan, R. N., Maulida, S. W., Fajriyani, M. R., & Arifah, H. (2021). Psikoedukasi Digital Marketing dan Pembuatan E-Katalog di Wisata Jaka

Garong. *Psyche 165 Journal*, 290–295.
<https://doi.org/10.35134/jpsy165.v14i3.32>

Media Indonesia. (2021). UMKM Dongkrak
Perekonomian Kota Malang Saat
Pandemi. *Media Indonesia*.
<https://mediaindonesia.com/nusantara/464211/umkm-dongkrak-perekonomian-kota-malang-saat-pandemi>

Pelaku Bisnis. (2021, August). *Subiakto
Priosoedarsono, Bidik Pasar Lokal
Dengan Magnet Cinta*. Pelaku Bisnis.
[https://pelakubisnis.com/2021/08/
subiakto-priosoedarsono-bidik-pasar-
lokal-dengan-magnet-cinta/](https://pelakubisnis.com/2021/08/subiakto-priosoedarsono-bidik-pasar-lokal-dengan-magnet-cinta/)