

# PENINGKATAN EKSPOSUR DIGITAL UMKM DESA WRINGINSONGO KABUPATEN MALANG MELALUI PERANCANGAN KATALOG DIGITAL

Ade Ismail<sup>1)</sup>, Vipkas Al Hadid<sup>2)</sup>, Luqman Affandi<sup>3)</sup>, M. Hasyim Ratsanjani<sup>4)</sup>,  
Wilda Imama Sabilla<sup>5)</sup>

<sup>12345</sup>Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang

<sup>1</sup>email: aismail@polinema.ac.id, <sup>2</sup>email: vipkas@polinema.ac.id, <sup>3</sup>email: laffandi@polinema.ac.id,

<sup>4</sup>email: hsy@polinema.ac.id, <sup>5</sup>email: wildaimama@polinema.ac.id

## Abstract

*This community service program aimed to enhance the digital exposure of small and medium enterprises (UMKM) in WringinSONGO Village through the development of a digital catalog. The program involved analyzing the unique characteristics and market potential of local products, followed by collaboration with UMKM to create high-quality promotional materials. Key methods included digital marketing training, catalog development, and professional enhancements of promotional materials. The results showed significant improvements in product visibility through online platforms and enhanced UMKM knowledge of digital marketing strategies. Additionally, the quality of product promotion materials, including product descriptions, pricing, and high-quality images, was notably increased, leading to broader market reach and improved consumer engagement.*

*Keywords: Digital Catalog, Market Exposure, Community Service*

## 1. PENDAHULUAN

Desa WringinSONGO di Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, memiliki potensi produk UMKM yang beragam, termasuk kerajinan lokal, makanan khas, dan hasil pertanian. Meskipun produk-produk ini memiliki nilai pasar yang tinggi, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam mempromosikan produk mereka secara efektif, terutama dalam era digital yang semakin berkembang. Keterbatasan aksesibilitas, pemahaman yang minim tentang pemasaran digital, dan kurangnya materi promosi berkualitas menjadi permasalahan utama yang menghambat pertumbuhan UMKM di desa ini (Rina Mudjiyanti et al., 2021; Suswadi et al., 2023).

Urgensi kegiatan pengabdian ini muncul dari kebutuhan untuk memberdayakan UMKM agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan potensi produk lokal. Dengan memanfaatkan teknologi digital, diharapkan UMKM dapat meningkatkan eksposur produk mereka, menjangkau konsumen yang lebih luas, dan memperbaiki kualitas materi promosi yang digunakan.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengembangkan katalog digital sebagai media promosi bagi UMKM, memberikan pelatihan pemasaran digital, dan meningkatkan kualitas materi promosi. Rencana pemecahan masalah mencakup kolaborasi dengan pemilik UMKM dalam proses pengembangan katalog, penyelenggaraan pelatihan intensif, dan pendampingan dalam pembuatan materi promosi yang menarik. Diharapkan program ini dapat mendukung pertumbuhan bisnis UMKM di WringinSONGO dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.

## 2. KAJIAN LITERATUR DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Kajian literatur ini berfokus pada teori dan praktik pemasaran digital serta peran teknologi dalam pemberdayaan UMKM. Menurut (Khairunnisa, 2022; Martowinangun et al., 2019; Sono et al., 2023) pemasaran digital adalah proses yang memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen melalui platform online, sehingga meningkatkan jangkauan pasar. Hal ini sangat relevan bagi UMKM yang sering kali terbatas dalam akses ke pasar yang lebih luas.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Misalnya, mencatat bahwa UMKM yang menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran mengalami peningkatan signifikan dalam eksposur produk dan interaksi dengan konsumen. Selain itu, studi oleh (Ishaq & Hussain, 2016; Mirayani, 2019; Nansi et al., 2023) menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif berkontribusi pada peningkatan volume penjualan, terutama di kalangan UMKM yang sebelumnya minim pemahaman tentang pemasaran digital.

Bukti empiris dari berbagai program pengabdian masyarakat juga mendukung pentingnya pelatihan pemasaran digital bagi UMKM. Dalam penelitian oleh (Al Farisi et al., 2022; Dhina et al., 2023), terbukti bahwa pelatihan yang terarah meningkatkan keterampilan pemasaran dan mempermudah UMKM dalam menjangkau konsumen baru. Program-program tersebut sering kali mencakup pengembangan materi promosi yang berkualitas, yang terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan kajian literatur di atas, dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Penerapan katalog digital akan meningkatkan eksposur produk UMKM di pasar online.
- 2) Pelatihan pemasaran digital akan meningkatkan keterampilan UMKM dalam menggunakan teknologi untuk mempromosikan produk.
- 3) Peningkatan kualitas materi promosi akan berdampak positif pada daya tarik produk di mata konsumen.

Kajian ini memberikan dasar teoritis dan empiris yang kuat untuk mendukung pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini, dengan harapan dapat menghasilkan dampak positif bagi UMKM di Desa Wringinsongo.

### 3. METODE

#### Rancangan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberdayakan UMKM di Desa Wringinsongo melalui peningkatan eksposur digital produk mereka. Program ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

- 1) Analisis Kebutuhan: Mengidentifikasi kebutuhan promosi dan potensi produk dari

UMKM melalui wawancara dan observasi langsung.

- 2) Pengembangan Katalog Digital: Bekerja sama dengan tim desain grafis dan fotografer untuk membuat katalog digital produk-produk UMKM.
- 3) Pelatihan Pemasaran Digital: Menyelenggarakan pelatihan intensif yang mencakup pemanfaatan media sosial, marketplace, dan teknik pemasaran digital lainnya.
- 4) Pendampingan dan Evaluasi: Melakukan pendampingan lanjutan bagi UMKM dalam penggunaan katalog digital dan strategi pemasaran online, serta mengevaluasi hasil implementasinya.

#### Ruang Lingkup dan Objek

Objek dari kegiatan ini adalah UMKM di Desa Wringinsongo, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. UMKM yang menjadi mitra dalam program ini bergerak dalam berbagai sektor, termasuk kerajinan tangan, makanan olahan, dan produk pertanian.

#### Bahan dan Alat Utama

Bahan utama dalam kegiatan ini adalah produk-produk UMKM yang akan ditampilkan dalam katalog digital. Alat utama yang digunakan meliputi kamera digital untuk pengambilan foto produk, perangkat komputer dengan perangkat lunak desain grafis untuk pembuatan katalog, serta akses internet untuk pelatihan dan implementasi pemasaran digital.

#### Tempat Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Wringinsongo, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Proses pengembangan katalog digital dilakukan di lokasi mitra UMKM, sementara pelatihan pemasaran digital dan pendampingan dilaksanakan di balai desa.

#### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode, yaitu:

- 1) Wawancara: Wawancara dilakukan dengan pemilik UMKM untuk memahami kebutuhan mereka terkait promosi produk.
- 2) Observasi: Observasi langsung dilakukan untuk mengidentifikasi produk yang memiliki potensi pasar tinggi dan memahami kondisi UMKM terkait pemasaran digital.
- 3) Dokumentasi: Proses pengambilan foto produk dan hasil pelatihan

didokumentasikan untuk keperluan evaluasi program.

Dengan metode ini, program pengabdian masyarakat dapat dilaksanakan secara efektif dan menghasilkan luaran yang sesuai dengan tujuan.

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Pengabdian**

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Wringinsongo berhasil mencapai beberapa hasil yang signifikan dalam meningkatkan eksposur digital UMKM melalui pengembangan katalog digital, pelatihan pemasaran digital, dan peningkatan kualitas materi promosi. Hasil-hasil ini diuraikan dalam beberapa poin berikut:

- 1) Pengembangan Katalog Digital Katalog digital untuk produk-produk UMKM telah berhasil dikembangkan. Katalog ini mencakup foto produk berkualitas tinggi, deskripsi produk yang menarik, serta informasi harga yang kompetitif. Produk-produk tersebut telah diunggah ke beberapa platform digital, termasuk media sosial dan marketplace.

Tabel 1. Perbandingan produk awal dan katalog digital.

Produk Awal	Katalog Digital
	
	
	
	
	

- 2) Pelatihan Pemasaran Digital Pelatihan pemasaran digital yang diberikan kepada UMKM mencakup strategi pemasaran melalui media sosial, penggunaan marketplace, serta teknik-teknik digital marketing lainnya. Respon dari peserta sangat positif, dengan banyak UMKM yang melaporkan peningkatan pemahaman dalam penggunaan teknologi digital seperti yang ditunjukkan pada gambar 1 dan gambar 2.



Gambar 1. Peserta pelatihan pemaasaran digital UMKM



Gambar 2. Pelatihan pemaasaran digital UMKM

- 3) Peningkatan Eksposur Produk Setelah katalog digital diunggah ke berbagai platform digital, produk-produk UMKM mengalami peningkatan eksposur yang signifikan. Berdasarkan data analytics dari platform marketplace, terjadi peningkatan jumlah pengunjung dalam tiga bulan pertama sejak katalog diunggah.
- 4) Peningkatan Kualitas Materi Promosi Kualitas materi promosi yang digunakan oleh UMKM juga meningkat secara

signifikan. Foto produk yang sebelumnya sederhana, kini dihasilkan dengan bantuan fotografer profesional, sementara deskripsi produk disusun dengan lebih strategis untuk menarik konsumen. Ini berdampak positif pada ketertarikan konsumen dan peningkatan interaksi dengan produk UMKM seperti ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. Booklet materi Promosi UMKM

## Pembahasan

Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa penggunaan katalog digital dan pelatihan pemasaran digital efektif dalam meningkatkan visibilitas produk UMKM di Desa Wringinsongo. Pengembangan katalog digital memberikan solusi terhadap permasalahan keterbatasan akses pasar yang dihadapi oleh UMKM. Sebelumnya, UMKM mengandalkan pemasaran tradisional yang terbatas, namun kini mereka dapat menjangkau konsumen yang lebih luas melalui media online.

Pelatihan pemasaran digital juga menunjukkan hasil yang menggembirakan. Banyak UMKM yang sebelumnya tidak memahami cara menggunakan media sosial atau marketplace secara efektif kini dapat

mengelola kampanye promosi dengan lebih baik.

Peningkatan kualitas materi promosi juga berperan penting dalam menarik minat konsumen. Dengan adanya foto produk yang lebih profesional dan deskripsi yang lebih menarik, produk UMKM menjadi lebih kompetitif di pasar. Hal ini sesuai dengan teori pemasaran bahwa visual yang baik dan pesan promosi yang efektif dapat meningkatkan daya tarik dan interaksi konsumen.

Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan keterampilan digital UMKM serta memperluas jangkauan pasar mereka melalui katalog digital dan strategi pemasaran online. Dampak positif ini diharapkan dapat berkelanjutan dengan pendampingan lebih lanjut dan monitoring secara berkala.

## 5. SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Wringinsongo telah berhasil meningkatkan eksposur digital UMKM melalui pengembangan katalog digital dan pelatihan pemasaran digital. Katalog digital yang dibuat berhasil menampilkan produk UMKM secara profesional dengan foto berkualitas tinggi dan deskripsi yang menarik, yang diunggah ke berbagai platform online. Selain itu, pelatihan pemasaran digital telah membantu meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial dan marketplace untuk memperluas pasar.

Peningkatan eksposur produk UMKM di platform digital telah memberikan dampak positif, terlihat dari peningkatan jumlah pengunjung dan interaksi konsumen dengan produk yang ditawarkan. Peningkatan kualitas materi promosi juga berkontribusi pada daya tarik produk di pasar. Dengan demikian, program ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM dan memperkuat daya saing mereka di era digital. Keberhasilan ini diharapkan dapat terus berkelanjutan dengan adanya pendampingan dan evaluasi lebih lanjut.

## 6. DAFTAR REFERENSI

Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Jurnal Dinamika Ekonomi*

- Syariah, 9(1).  
<https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Dhina, M. A., Wardana, Y. A., Rahmaniah, S. O., Fitriani, H., Agustian, S. W., Sapaat, R., Nugraha, R., Syahrulrohid, S., Mustopa, R., Pradita, R., & Hakim, N. (2023). IMPLEMENTASI PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK BAGI UMKM DI DESA DUKUH. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Babakti*, 2(2).  
<https://doi.org/10.53675/babakti.v2i2.836>
- Ishaq, M. I., & Hussain, N. M. (2016). Creative marketing strategy and effective execution on performance in Pakistan. *RAE Revista de Administracao de Empresas*, 56(6).  
<https://doi.org/10.1590/S0034-759020160608>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1).  
<https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI CV. JAYA PERKASA MOTOR RANCAEKEK KABUPATEN BANDUNG. *Jurnal Co Management*, 2(1).  
<https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Mirayani, L. (2019). ANALISIS PENERAPAN STRATEGI DIRECT SELLING DAN DAMPAKNYA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. KARYA PAK OLES TOKCER DI DESA BENGKEL TAHUN 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1).  
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20084>
- Nansi, M. R., Arbintarso, E. S., & Rahayu, S. S. (2023). ANALISIS DAMPAK PEMASARAN ONLINE TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DAN RASIO-RASIO KEUANGAN. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 19(2).  
<https://doi.org/10.35449/jemasi.v19i2.636>
- Rina Mudjiyanti, Naelati Tubastuvi, Rezky Pramurindra, Sulistyani Budiningsih, & Aji, M. P. (2021). Pengembangan Potensi Usaha Masyarakat Untuk Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Melalui Transformasi Digital di Desa Sambirata, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. *JOURNAL OF ECONOMIC AND SOCIAL EMPOWERMENT*, 1(02).  
<https://doi.org/10.22219/joesment.v1i02.19374>
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(04).  
<https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712>
- Suswadi, S., Irawan, N. C., Prasetyo, A., Mahananto, M., Prasetyowati, K., Daryanti, D., KD, T. S., Suprpti, E., Budiyo, A., Supriyadi, T., & Wiyono, W. (2023). PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN PEMUDA TANI KOMODITAS HORTIKULTURA. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2).  
<https://doi.org/10.36728/ganesha.v3i2.2698>