

---

Sosialisasi Penguatan Strategi Digitalisasi UMKM Berbasis E-Katalog  
dalam Kemandirian Pangan Desa Trawasan

**Nur Khafidhoh<sup>1\*</sup>, Agus Sifaunnajah<sup>2</sup>, Adinda Putri Kurnia<sup>3</sup>, Achmad Rizki Setiawan<sup>4</sup>, Nur Asmiati<sup>5</sup>, Moh. Anshori Aris Widya<sup>6</sup>, Insana Nur Kholilah<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Sistem Informasi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

<sup>6</sup>Informatika, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

<sup>7</sup>Ekonomi Syari'ah, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

\*Email: nurkhafidhoh@unwaha.ac.id

---

### **ABSTRACT**

*The community service program in Trawasan Village aims to empower local food MSMEs in marketing their products through digital platforms. Most MSMEs still rely on conventional promotion, resulting in limited market reach. This program introduces e-catalogues as a promotional medium with a participatory-educational approach through socialization. The results of the activities show an increase in digital literacy, the documentation of products with photos and descriptions, and the availability of a shared platform to expand the market. The activities encourage the use of more familiar platforms, such as WhatsApp Business as a supporting medium, thereby opening up wider market opportunities for local products.*

**Keywords:** E-catalog; digitalization; MSMEs; Community Empowerment..

### **ABSTRAK**

*Pengabdian di Desa Trawasan bertujuan memberdayakan UMKM pangan lokal dalam memasarkan produk melalui platform digital. Sebagian besar UMKM masih bergantung pada promosi konvensional sehingga jangkauan pasar terbatas. Program ini memperkenalkan e-katalog sebagai media promosi dengan pendekatan partisipatif-edukatif melalui sosialisasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan literasi digital, terdokumentasinya produk dengan foto dan deskripsi, serta tersedianya wadah bersama untuk memperluas pasar. Kegiatan mendorong pemanfaatan platform yang lebih familiar, seperti WhatsApp Business sebagai media pendukung sehingga membuka peluang pasar yang lebih luas untuk produk lokal.*

**Kata Kunci:** E-katalog, digitalisasi, UMKM, pemberdayaan.

---

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan besar dalam pola pemasaran produk, termasuk pada sektor ekonomi desa. Meski demikian, sebagian besar pelaku UMKM di pedesaan masih mengandalkan metode konvensional, seperti penjualan dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas (Diani F, Lubis FA. 2022). Desa Trawasan sesungguhnya memiliki potensi besar dalam produk pangan lokal yang beragam dan bernilai ekonomi. Namun, produk-produk tersebut hingga saat ini belum terdokumentasi secara digital serta belum memiliki media promosi terpadu. Kondisi ini menyebabkan daya saing produk pangan desa masih lemah dibandingkan dengan desa lain yang telah lebih dahulu memanfaatkan teknologi digital.

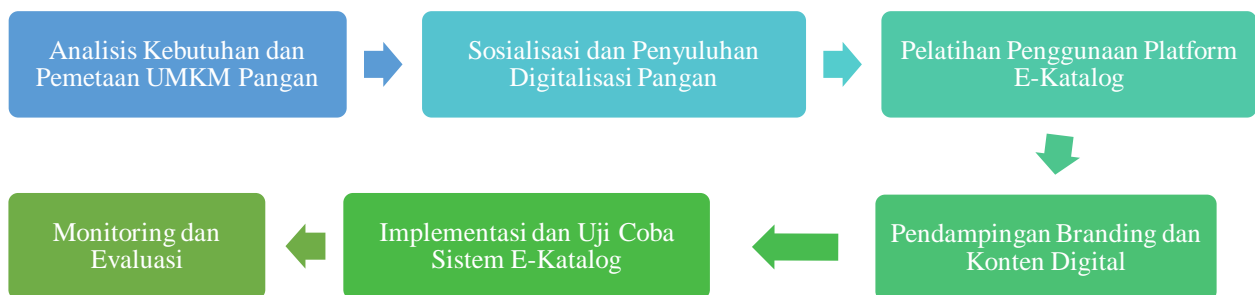
Program pengabdian ini menghadirkan strategi digitalisasi pangan berbasis e-katalog sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi kelompok UMKM Desa Trawasan. Implementasi dilakukan melalui sosialisasi pemanfaatan katalog online dengan dukungan platform berbasis website dan WhatsApp Business, sehingga pelaku UMKM dapat mempromosikan produk pangan lokal secara lebih luas, terstruktur, dan mudah diakses oleh konsumen (Ayuningtyas FN. 2024). E-katalog tidak hanya berfungsi

sebagai media promosi, tetapi juga menjadi wadah dokumentasi produk pangan lokal secara sistematis, sehingga memudahkan konsumen dalam mengenali, memilih, dan mengakses produk (Azizah AR, dkk, 2025). Kehadiran e-katalog diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan literasi digital para pelaku UMKM, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya inovasi berbasis teknologi dalam pengembangan usaha. Dengan demikian, strategi ini diharapkan mampu memperkuat kemandirian pangan Desa Trawasan melalui pemanfaatan teknologi digital yang terintegrasi (Dayar MB, dkk, 2024).

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di desa Trawasan, Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang dengan subyek pelaku UMKM lokal. Lokasi kegiatan dipusatkan di Balai Desa Trawasan. Perencanaan program dimulai dengan koordinasi dengan perangkat desa untuk menentukan jadwal kegiatan serta menyepakati bentuk pelaksanaan. Metode yang digunakan adalah partisipatif-edukatif, di mana pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam sosialisasi (Maharani S, Yoviani T. 2024).

Tahapan kemudian dimulai dari penyampaian materi mengenai pengertian e-katalog, tujuan, dan manfaatnya. Kemudian dilanjutkan dengan demonstrasi fitur-fitur katalog digital. Sebagai bentuk penerapan, mahasiswa memperkenalkan E-Katalog Desa Trawasan berbasis WordPress yang berisikan foto, deskripsi, harga, serta kontak UMKM.



Gambar 2.1 Tahapan pelaksanaan

Luaran dari program ini meliputi :

1. Platform e-katalog produk pangan Desa Trawasan berupa website sederhana yang menampilkan daftar produk pangan UMKM lokal, serta katalog digital yang terintegrasi dengan WhatsApp Business untuk memudahkan transaksi langsung dengan konsumen.
2. Modul pelatihan digitalisasi pangan berupa buku panduan atau ebook mengenai penggunaan e-katalog, pembuatan *Whatsapp Business*, pembuatan konten produk, strategi branding digital, serta video tutorial singkat yang dapat diakses ulang oleh UMKM.
3. Konten digital produk UMKM berupa foto produk yang lebih menarik dan profesional dengan deskripsi yang jelas, informatif, dan sesuai standar pemasaran digital.
4. Peningkatan kapasitas pelaku UMKM di mana mereka mampu secara mandiri mengunggah, mengedit, dan mengelola katalog produk sekaligus meningkatkan literasi digital di Desa Trawasan.
5. Jejaring pemasaran produk pangan, yang menghubungkan UMKM Desa Trawasan dengan konsumen baik lokal maupun luar daerah, serta membuka peluang kerja sama dengan marketplace atau platform digital lain.
6. Laporan monitoring dan evaluasi yang berisi pencapaian program, kendala yang dihadapi, dan rekomendasi pengembangan lanjutan sebagai dasar penguatan strategi digitalisasi berkelanjutan di Desa Trawasan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian di Desa Trawasan dilaksanakan dengan fokus pada sosialisasi digitalisasi melalui e-katalog sebagai media promosi. Kegiatan diawali dengan koordinasi bersama perangkat desa untuk menentukan jadwal serta teknis pelaksanaan. Sosialisasi dilaksanakan di Balai Desa Trawasan dengan melibatkan pelaku UMKM lokal sebagai peserta utama. Alur kegiatan dimulai dari penyampaian materi dasar mengenai pengertian, tujuan, dan manfaat e-katalog sebagai media promosi. Mahasiswa kemudian menunjukkan contoh e-katalog serta mendemonstrasikan fitur-fitur didalamnya. Sebagai bentuk

implementasi nyata, mahasiswa memperkenalkan E-Katalog Desa Trawasan yang telah dibuat sebelumnya dengan menampilkan produk lokal. Dari rangkaian tersebut tercapai beberapa hasil utama. Pertama, pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi produk. Kedua, E-Katalog Desa Trawasan dapat diakses secara online sebagai wadah promosi bersama. Secara sosial, kegiatan ini juga menumbuhkan partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung pengembangan potensi lokal berbasis teknologi.



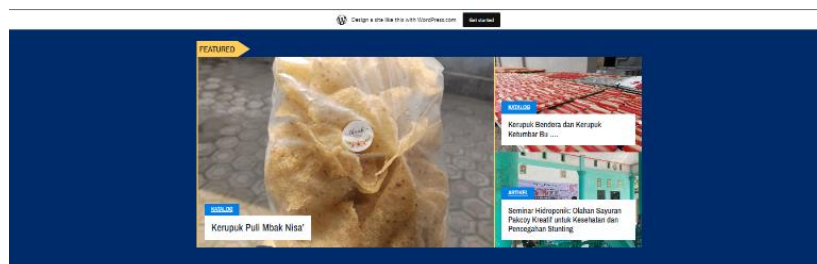
Gambar 3.1 PePenyampaian Materi E-Katalog

Melalui pelaksanaan program, menunjukkan bahwa sosialisasi diterima dengan baik oleh pelaku UMKM Desa Trawasan. Munculnya E-Katalog Desa Trawasan sebagai produk luaran, tidak hanya mendokumentasikan produk tetapi juga menjadi pranata baru dalam strategi promosi desa di ranah digital. Selain itu, pendampingan opsional untuk pembuatan *Whatsapp Business* sebagai aplikasi pendukung menunjukkan adanya pergeseran perilaku UMKM menuju pemanfaatan teknologi yang lebih sederhana dan aplikatif.



Gambar 3.2 Pendampingan Opsional untuk Pembuatan Whatsapp Business

Pengenalan media digital berbasis aplikasi sehari-hari dapat menjadi strategi efektif dalam mempercepat adopsi digitalisasi oleh masyarakat desa. Perubahan yang terlihat bukan hanya berupa hadirnya e-katalog, tetapi juga adanya perubahan perilaku UMKM dalam memandang teknologi sebagai kebutuhan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menyelesaikan permasalahan teknis terkait promosi, tetapi juga memberikan dampak sosial berupa peningkatan partisipasi, literasi digital, dan kesiapan masyarakat desa menghadapi tantangan ekonomi digital.



Gambar 3.1. Halaman Depan E-Katalog

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM pangan Desa Trawasan mampu memahami dan mempraktikkan penggunaan e-katalog berbasis website dan *WhatsApp Business* dengan baik. Melalui pelatihan dan pendampingan, UMKM berhasil membuat katalog produk yang lebih menarik, mulai dari foto, deskripsi, hingga penataan harga. Sebagian besar peserta menyatakan puas terhadap kegiatan ini karena materi yang disampaikan mudah dipahami dan langsung dapat diaplikasikan pada usaha mereka. Tingkat kepuasan peserta mencapai lebih dari 85%, dengan alasan utama bahwa program ini memberikan solusi nyata terhadap kendala pemasaran yang mereka hadapi. Selain itu, peserta juga merasa lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha, sehingga kegiatan ini dinilai sangat bermanfaat dan layak untuk dilanjutkan secara berkelanjutan.

## **SIMPULAN**

Program sosialisasi digitalisasi melalui e-katalog di Desa Trawasan terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital dan pemahaman pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran berbasis teknologi. Implementasi e-katalog berbasis WordPress yang terintegrasi dengan *WhatsApp Business* berfungsi sebagai media promosi terpadu yang memperkuat identitas UMKM di ranah digital, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif akan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam mendukung keberlanjutan usaha pangan lokal.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Ayuningtyas FN. 2024. Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Pemasaran Di Desa Bantarujeg Kabupaten Majalengka Empowering MSMEs Through Digital Marketing in Bantarujeg Village, Majalengka Regency. *JAMU J. Abdi Masy. UMUS*. 5(01):44–57.
- Azizah AR, Abimasar A, Pambudi AT, Ardiansyah ALP, Taufiqi A. 2025. Strategi Branding UMKM melalui Pembuatan Katalog Produk Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Kedai Tahu Bakso Mama Jo. *Welf. J. Pengabdi. Masy*. 3(1):179–184.doi:10.30762/welfare.v3i1.2175.
- Dayar MB, Aulia Daisy Arsy Syafitri, Thalia Damayanti, Ivan Mahendra Wirapradipta, Hafifah Isma Ningrum B., Jerin Amelia Margaretha. 2024. Digitalisasi Marketing UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Pangan Lokal Desa Mendukung Ketahanan Pangan. *Int. J. Community Serv. Learn*. 8(4):455–466.doi:10.23887/ijcs.v8i4.84705.
- Diani F, Lubis FA. 2022. Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah. *J. Ilm. Ekon. Islam*. 8(02):1970–1981.
- Irianto WSG, Widiyaningtyas T, Sujito S, Habibi MA, Syah AI, Abdul Hadi A, Fuadi A. 2023. Digitalisasi Produk UMKM Berbasis E-Katalog untuk Meningkatkan Komersialisasi Pemasaran di Lingkungan Komunitas UMKM PADUKA. *Bull. Community Engagem*. 3(2):153.doi:10.51278/bce.v3i2.826.
- Kurniawan A, Guna APM, Lestari N, Sadiyah H, Karisma S, Latipah EN, Zahra HA, Jannah YY. 2024. Startegi digitalisasi dan branding produk melalui e-katalog dan packaging dalam upaya peningkatan ekonomi kreatif di Desa Trangsan. *J. UMJ*.(November).
- Maharani S, Yoviani T. 2024. Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing dan Strategi Permodalan. *ALMUJTAMAE J. Pengabdi. Masy*. 4(2):184–190.doi:10.30997/almujtamae.v4i2.15305.
- Shobirin MS, Saifullah A, Indana N, Mubariroh S, Prayoga IKT. 2025. Pemberdayaan UMKM dalam Peningkatan Produksi dan Distribusi Pangan Lokal melalui Penerapan Digital Marketing. *Jumat Ekon. J. Pengabdi. Masy*. 5(3):127–132.doi:10.32764/abdimasekon.v5i3.5208.
- Zani AWR, Daffa M, Advani MR, Zhatatra AP, Lavansa AE, Billah M. 2022. Website E-Katalog Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Desa Nglebak. *J. Pengabdi. Kpd. Masy*. 1(4):92–99.doi:10.55606/jpkm.v1i4.61.

