

Digitalisasi UMKM melalui Pembuatan E-Katalog Produk Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Pengusaha di Desa Keduyung

Have Zulkarnaen¹, Dewi Kusmaya Sari², Dewi Sekar Sari³

^{1,2,3}Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan, Indonesia

E-mail: havezulkarnaen@unisda.ac.id

Article History:

Received: 08 Desember 2025

Revised: 18 Januari 2026

Accepted: 26 Januari 2026

Keywords: E-katalog,
UMKM, Digitalisasi,
Pendapatan, Desa Keduyung

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN UNISDA 2025 di Desa Keduyung, Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan, bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM melalui pembuatan E-katalog. Latar belakang kegiatan ini adalah keterbatasan pemasaran yang selama ini masih bergantung pada sistem penjualan tradisional, seperti hari pasar Pon, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui observasi partisipatif dan wawancara semi-terstruktur dengan 12 pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa permasalahan utama terletak pada strategi pemasaran, bukan pada kualitas atau kemasan produk. Pembuatan E-katalog dinilai mampu mempermudah akses konsumen terhadap informasi produk, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat identitas dan daya tarik produk melalui desain visual yang menarik. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Desa Keduyung

PENDAHULUAN

UMKM menjadi mata pencaharian paling banyak dimiliki masyarakat Desa Keduyung, Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan. Namun, keterbatasan akses pemasaran dan minimnya pemanfaatan teknologi digital membuat banyak produk lokal sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Apalagi penjualan produk-produk UMKM yang ada didesa tersebut kebanyakan dijual pada saat Pon, salah satu hari dalam sepekan mengikuti budaya Jawa. Hal tersebut menjadi penyebab dilakukannya pembuatan E-katalog produk. E-katalog merupakan media promosi digital yang memuat informasi produk secara visual dan deskriptif, sehingga memudahkan konsumen mengenal dan memilih produk, yang mana di dalam E-katalog ini berisi informasi berbagai produk unggulan yang dihasilkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Keduyung, Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan. Setiap produk yang ditampilkan merupakan hasil dari kreativitas, kerja keras, dan kearifan lokal masyarakat yang patut diapresiasi dan didukung bersama Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Unisda Lamongan 2025, tim pelaksana melaksanakan kegiatan pembuatan e-katalog sebagai upaya memperluas jangkauan

pemasaran UMKM Desa Keduyung. Adanya E-katalog juga diharapkan dapat membantu masyarakat desa Keduyung dalam pengenalan produk unggulan mereka untuk diperjualbelikan secara online, melalui media E-katalog tadi, selain itu pembuatan E-katalog juga membuat Mahasiswa KKN UNISDA bisa terlibat langsung dalam proses branding dan pemasaran digital produk UMKM, memahami alur kerja mulai dari pendataan, produksi konten, hingga publikasi e-katalog, melatih keterampilan komunikasi saat berinteraksi dengan pelaku UMKM.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan agar UMKM yang berada didesa Keduyung dapat bersaing di kancah global dengan pemanfaatan teknologi berbasis digitalisasi, yang disediakan para Mahasiswa KKN UNISDA 2025.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (participant observation), wawancara mendalam (in depth interview), dan dokumentasi.

Kegiatan kami menggunakan metode kualitatif yang berupa observasi dan wawancara kepada para pelaku usaha pada UMKM di Desa Keduyung. Creswell dan Creswell (2017) menyebutkan beberapa metode umum yang digunakan, seperti wawancara mendalam, observasi, analisis dokumen, dan focus group discussion. Setiap metode ini menawarkan pendekatan yang unik untuk menggali makna dan konteks fenomena yang diteliti. Misalnya, wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam dari perspektif partisipan, sementara observasi memberikan gambaran langsung tentang perilaku dan interaksi dalam konteks alamiah. Observasi dilakukan secara langsung didesa Keduyung khususnya kami mendatangi rumah-rumah pemilik UMKM. Teknik yang kami gunakan adalah observasi partisipatif dimana kami terlibat aktif dalam kegiatan yang sedang kami teliti.

Wawancara merupakan salah satu proses interaksi antara pewawancara dan orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung. wawancara yang kami lakukan dengan 12 pelaku UMKM dimana kami mewawancarai dengan semi terstruktur yaitu kami memiliki daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada para pemilik umkm dengan harapan para pelaku umkm dapat berbicara lebih luas dan menjelaskan pandangan mereka dengan cara yang lebih terbuka. Observasi partisipan merupakan metode pengumpulan data kualitatif yang melibatkan kehadiran aktif peneliti di lapangan, terlibat dalam kegiatan, dan meresapi konteks yang diamati. Dari metode tersebut pembuatan E-katalog tidak hanya menyederhanakan proses pemasaran, tetapi juga memberikan solusi yang lebih efisien dan efektif dalam menjangkau lebih banyak konsumen secara lebih cepat dan mudah. (F. Diani and F. Lubis, 2022). E –katalog Adalah data berbagai produk atau barang dan bahkan jasa yang umumnya di perjualbelikan oleh suatu perusahaan ke pembeli, perusahaan lain ataupun *end user* (S. Mariam and A. Haeba, 2022). Proses ini melibatkan penggunaan perangkat digital serta *software* desain untuk membuat e-katalog yang menarik dan informatif. Para pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam menentukan jenis produk yang akan ditampilkan, penyusunan deskripsi produk dan penggunaan gambar yang menarik konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

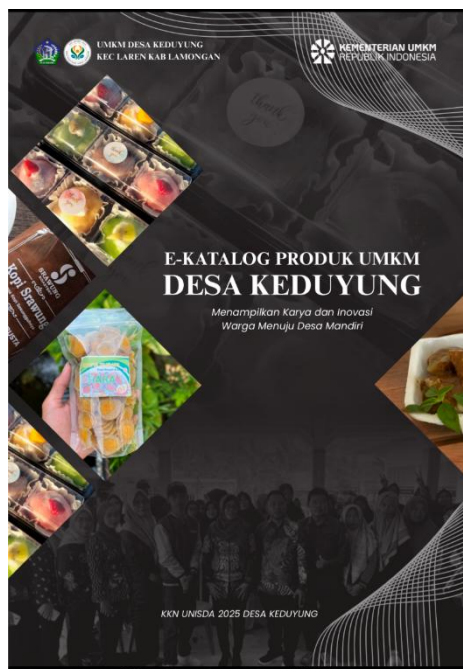
Kegiatan pengabdian diselenggarakan oleh peserta KKN UNISDA kelompok 2 Keduyung yang beranggotakan 17 orang dan berlokasi di Kelurahan Keduyung Kecamatan Laren, kabupaten Lamongan. Metode yang dilakukan para Mahasiswa KKN UNISDA adalah melakukan wawancara dan juga observasi pada masyarakat Keduyung yang menjadi pelaku UMKM, dan beberapa pertanyaan yang dimuat berkaitan dengan masalah ataupun kendala yang dialami para UMKM dalam hal pemasaran produk jualan mereka. Dalam buku Pandji Anoraga (Cookson & Stirk, 2019) diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas. Hasilnya terdapat beberapa pelaku usaha UMKM yang belum paham bagaimana cara memasarkan produknya melalui digitalisasi, jadi para Mahasiswa KKN menawarkan digitalisasi produk melalui e-katalog dengan harapan dapat menjadi sarana pemasaran produk yang lebih meluas, akan tetapi dilihat dari *packaging* produk yang dimiliki para pelaku UMKM yang ada di desa Keduyung, *packaging* tersebut dirasa sudah sangat layak untuk diperjualbelikan melalui E-katalog tadi. Jadi dari hasil wawancara beserta observasi yang dilakukan para Mahasiswa KKN pada pelaku UMKM yang ada di desa Keduyung lebih mengarah pada proses pemasarannya saja, oleh karena itu dari permasalahan tersebut, strategi yang efektif dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Desa Keduyung adalah penyediaan E-katalog, yang mana media pemasaran tersebut diharapkan dapat membuat produk-produk dari pelaku UMKM di Desa Keduyung agar mudah dijangkau oleh pasar yang lebih luas dan memudahkan konsumen dalam mengakses informasi produk. Selain itu dengan dilakukannya branding produk melalui *packaging* yang menarik dapat mencerminkan identitas dari UMKM itu sendiri sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk dan membangun keunggulan kompetitif.



Gambar 1. Pendataan UMKM Desa Keduyung untuk E-Katalog

E-katalog yang dihasilkan dari kegiatan ini memiliki beberapa keunggulan. Pertama, e-katalog memungkinkan UMKM untuk menyajikan informasi produk secara lebih menarik dan terstruktur. Integrasi e-katalog melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook yang menarik secara visual juga mampu mengubah kebiasaan belanja konsumen dari konvensional menjadi digital. Hal ini sejalan dengan temuan (Ariescydkk, 2021) yang menyatakan bahwa penggunaan platform digital dapat mendorong pergeseran perilaku konsumen menuju belanja daring. Setelah proses desain e-katalog untuk setiap UMKM selesai, tim KKN melakukan penyerahan hasil e-katalog kepada UMKM yang bersangkutan. Setiap E-katalog dilengkapi dengan kode QR untuk memudahkan konsumen mengakses informasi produk secara digital. Kedua, penggunaan QR

code mempermudah akses konsumen ke informasi produk kapan saja dan di mana saja, sehingga meningkatkan fleksibilitas dan jangkauan pemasaran. Setelah itu hasil dari pembuatan E-katalog tersebut dicetak menjadi seperti majalah dan juga diserahkan kepada kepala desa untuk dipamerkan pada pelaku UMKM saat diadakan sosialisasi dikemudian hari yang berkaitan dengan UMKM.



Gambar 2. E-Katalog Produk UMKM di Desa Keduyung

KESIMPULAN

Kegiatan pembuatan E-katalog oleh mahasiswa KKN UNISDA 2025 di Desa Keduyung, Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan, merupakan langkah strategis untuk mengatasi keterbatasan pemasaran produk UMKM yang selama ini hanya mengandalkan penjualan secara tradisional, khususnya pada hari pasar Pon. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan 12 pelaku UMKM, permasalahan utama terletak pada kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk, meskipun kualitas dan kemasan produk telah memadai. E-katalog dinilai mampu menjadi sarana promosi efektif yang memudahkan konsumen mengenal produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat branding UMKM melalui penyajian informasi produk secara visual dan deskriptif. Dengan adanya E-katalog, diharapkan daya saing UMKM Desa Keduyung dapat meningkat dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

PENGAKUAN

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun 2025 di Desa Keduyung, Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan, dapat terlaksana dengan lancar dan memberikan hasil yang bermanfaat bagi masyarakat setempat maupun seluruh peserta KKN. Ucapan terima kasih

yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Pemerintah Desa Keduyung, khususnya kepada Kepala Desa beserta seluruh jajaran perangkat desa, atas sambutan yang hangat, kerja sama yang baik, serta dukungan penuh selama pelaksanaan program KKN. Tanpa dukungan mereka, kegiatan ini tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Seluruh Masyarakat Desa Keduyung yang telah bersedia menerima kehadiran mahasiswa KKN dengan penuh keterbukaan, serta ikut terlibat aktif dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan. Partisipasi dan antusiasme warga menjadi semangat tersendiri bagi kami untuk terus berkontribusi secara optimal. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan, pihak Universitas, serta Rekan-Rekan Tim KKN 2025 atas bimbingan, kerja sama, dan semangat kebersamaan yang luar biasa selama menjalani program ini. Semoga seluruh program yang telah dilaksanakan dapat memberi manfaat jangka panjang bagi masyarakat Desa Keduyung, serta menjadi pengalaman berharga yang membentuk karakter mahasiswa sebagai insan yang peduli, mandiri, dan bertanggung jawab.

DAFTAR REFERENSI

- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). Developing students' writing skill in english-a process approach. *Journal for Research Scholars and Professionals of English Language Teaching*, 2(6).
- Creswell, J. W. (2009). Research designs. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.
- Diani, F., & Lubis, F. A. (2022). Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1970-1981.
- Kurniawan, A., Guna, A. P. M., Lestari, N., Sadiyah, H., Karisma, S., Latipah, E. N., ... & Jannah, Y. Y. N. (2024, November). STRATEGI DIGITALISASI DAN BRANDING PRODUK MELALUI E-KATALOG DAN PACKAGING DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI KREATIF DI DESA TRANGSAN. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.
- Ariescy, R. R., Mawardi, A. I., Sholihatin, E., & Aprilisanda, I. D. (2021). Inovasi pemasaran produk UMKM dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2), 418-432.
- Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengenalan digital marketing e-katalog bagi UMKM Binaan Jakpreneur. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74-83.
- Zulkarnaen, H. (2025). OPTIMALISASI KINERJA KARYAWAN BAGIAN PEMASARAN MELALUI STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR DALAM MENCAPAI STABILITAS KEUANGAN. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2).