

PENDAMPINGAN PEMASARAN UMKM BANDENG JELAK DI KELURAHAN BLANDONGAN PASURUAN MENGUNAKAN E-KATALOG SEBAGAI ALAT TRANSFORMASI PEMASARAN

Ratna Sari Depi Anggraeni^{1*}, Suchaina², Nanda Patricia Hendrawan³, Fatma Zahrotun Nisa⁴,
Moch. Fikri Haikal Marfiansyah⁵

¹Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, ²Program Studi Pendidikan Ekonomi,

³Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, ⁴Program Studi Pendidikan Matematika,
Fakultas Pedagogi dan Psikologi,

⁵Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Teknologi dan Sains, Universitas PGRI Wiranegara,

*E-mail : ratnasaridevi971@gmail.com, suchaina.qodir@gmail.com,

nandapatriciah10@gmail.com, fatmazahro113@gmail.com, firmansyahfikri112@gmail.com

ABSTRACT

Marketing assistance for Bandeng Jelak UMKM "Jelak Joyo Foods (JJF)" in Blandongan Village, Pasuruan, is an effort in community service activities that aims to increase competitiveness and market reach through the application of e-catalog technology. E-catalog, as a marketing transformation tool, is expected to overcome the limitations of conventional marketing that has been applied by these UMKM. This activity aims to describe the mentoring process in e-catalogue implementation, analyze the challenges faced during implementation, and identify the benefits and impacts on marketing and local economic development. The data collection methods used in this community service activity include interviews, observation, and documentation. Interviews were conducted with UMKM owners, marketing staff, and consumers to obtain a comprehensive perspective on e-catalog implementation. Observation was used to directly observe the marketing process before and after e-catalog implementation, while documentation was collected to verify the results from interviews and observations. The results showed that e-catalogue has successfully expanded the market reach of Jelak Joyo Foods UMKM and increased sales by 15% in the first three months after implementation. Nonetheless, challenges such as lack of technical knowledge and limited human resources are still obstacles in optimizing the use of e-catalogue. In conclusion, marketing assistance through e-catalog has proven effective in helping UMKM overcome the limitations of traditional marketing and encourage a more modern and efficient marketing transformation. The impact is not only felt in increased sales, but also in local economic development through increased market access and competitiveness of UMKM products.

Article History

Received: September 2024

Reviewed: September 2024

Published: September 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.9765/Krepa.V218.3784

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Krepa.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Keyword :Bandeng Jelak, Digital Marketing, E-Catalog, Marketing Transformation Tools, and UMKM

ABSTRAK

Pendampingan pemasaran UMKM Bandeng Jelak “Jelak Joyo Foods (JJF)” di Desa Blandongan, Pasuruan, merupakan salah satu upaya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar melalui penerapan teknologi e-katalog. E-katalog, sebagai alat transformasi pemasaran, diharapkan dapat mengatasi keterbatasan pemasaran konvensional yang selama ini diterapkan oleh UMKM tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses pendampingan dalam implementasi e-katalog, menganalisis tantangan yang dihadapi selama implementasi, serta mengidentifikasi manfaat dan dampaknya terhadap pemasaran dan pengembangan ekonomi lokal. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik UMKM, staf pemasaran, dan konsumen untuk mendapatkan perspektif yang komprehensif tentang implementasi e-katalog. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung proses pemasaran sebelum dan sesudah implementasi e-katalog, sedangkan dokumentasi dilakukan untuk memverifikasi hasil wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-katalog telah berhasil memperluas jangkauan pasar UMKM Jelak Joyo Foods dan meningkatkan penjualan sebesar 15% dalam tiga bulan pertama setelah implementasi. Meskipun demikian, tantangan seperti kurangnya pengetahuan teknis dan sumber daya manusia yang terbatas masih menjadi kendala dalam mengoptimalkan penggunaan e-katalog. Kesimpulannya, pendampingan pemasaran melalui e-katalog terbukti efektif dalam membantu UMKM mengatasi keterbatasan pemasaran tradisional dan mendorong transformasi pemasaran yang lebih modern dan efisien. Dampaknya tidak hanya dirasakan pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada pengembangan ekonomi lokal melalui peningkatan akses pasar dan daya saing produk UMKM.

Kata Kunci : Alat Transformasi Pemasaran, Bandeng Jelak, E-Katalog, Pemasaran Digital, dan UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, karena mereka memainkan peran vital dalam penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. UMKM merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha (Wilantara, 2016). UMKM di Indonesia, terutama yang berada di daerah pedesaan atau perkotaan kecil, sering kali menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak keluarga. Namun, seiring dengan meningkatnya persaingan pasar, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam hal pemasaran dan penetrasi pasar. Salah satu UMKM yang menonjol di Kelurahan Blandongan, Pasuruan, adalah "Jelak Joyo Foods (JJF)", sebuah usaha pengolahan Bandeng Jelak yang terkenal dengan produk berkualitas tinggi. Sayangnya, UMKM ini belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran, yang mengakibatkan terbatasnya jangkauan pasar mereka.

Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, pemasaran produk tidak lagi terbatas pada metode konvensional. Perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Penggunaan teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, dan e-katalog, dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan produk UMKM ke pasar yang lebih luas dan beragam. Namun, banyak UMKM di Indonesia, termasuk Jelak Joyo Foods, belum memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Jelak Joyo Foods adalah produk olahan ikan yang khas dari daerah tersebut dan memiliki prospek pasar yang cukup baik. Produk ini dikenal dengan rasa yang lezat dan kualitas yang terjaga, tetapi keterbatasan dalam hal pemasaran membuatnya kurang dikenal di luar wilayahnya.

Beberapa faktor yang menjadi kendala utama dalam pemasaran Jelak Joyo Foods antara lain kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran modern, keterbatasan sumber daya untuk mengembangkan platform digital, serta minimnya akses terhadap pelatihan atau pendampingan yang dapat membantu mereka beradaptasi dengan teknologi. Dalam konteks ini, diperlukan upaya yang lebih intensif untuk membantu UMKM bertransformasi dan mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Perubahan yang cepat dalam teknologi dan preferensi konsumen memaksa UMKM untuk beradaptasi dengan metode pemasaran yang lebih inovatif dan efisien (Agustino et al., 2024). Salah satu inovasi digital yang semakin mendapat perhatian adalah e-katalog, sebuah platform digital yang memberikan solusi baru dalam cara produk dipasarkan dan dipromosikan.

E-katalog adalah salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi kendala pemasaran yang dihadapi oleh Jelak Joyo Foods. E-katalog tidak hanya memungkinkan UMKM untuk menampilkan produk mereka secara lebih profesional, tetapi juga memudahkan konsumen untuk mengakses informasi tentang produk tersebut secara online (Sasongko et al., 2021). Dengan e-katalog, UMKM dapat menampilkan berbagai informasi penting, seperti deskripsi produk, harga, cara pemesanan, dan bahkan testimoni dari pelanggan. Pencantuman harga dan spesifikasi teknis suatu barang/jasa berdasarkan pada kontrak payung antara Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) dan Penyedia Barang/Jasa (Indrawan et al., 2023). Hal ini akan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan

pembelian dan juga meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan. Keunggulan e-katalog mencakup kemudahan dalam pembaruan data secara real-time, kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis, serta interaktivitas yang memungkinkan calon pelanggan untuk berinteraksi langsung dengan produk melalui fitur-fitur seperti video demo dan formulir pemesanan online (Prayoga et al., 2023).

Berdasarkan pendapat dari (Alfandi et al., 2023), membahas tentang manfaat dari penggunaan e-katalog sangat signifikan bagi UMKM. E-katalog memfasilitasi aksesibilitas informasi produk yang lebih luas dan mendalam kepada konsumen, yang dapat meningkatkan peluang penjualan. Proses pembaruan informasi yang cepat dan mudah memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan penawaran mereka dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan tanpa harus mencetak ulang katalog fisik. Selain itu, e-katalog memberikan platform yang hemat biaya dibandingkan dengan biaya pencetakan dan distribusi katalog konvensional, serta memungkinkan penghematan waktu dan tenaga dalam proses pemasaran (Pujiastuti et al., 2023). Namun, implementasi e-katalog juga dihadapkan pada sejumlah tantangan, termasuk kebutuhan akan keterampilan digital yang memadai, baik dari sisi pengelola e-katalog maupun pengguna akhir.

Selain itu, e-katalog dapat diintegrasikan dengan platform e-commerce atau media sosial, sehingga memudahkan UMKM untuk berinteraksi dengan pasar yang lebih luas (Kaswinata et al., 2023). Dengan pendampingan yang tepat, Jelak Joyo Foods diharapkan dapat memanfaatkan e-katalog sebagai alat transformasi pemasaran yang efektif. Pendampingan ini tidak hanya mencakup pembuatan e-katalog, tetapi juga pelatihan tentang cara mengelola dan memperbarui konten e-katalog, strategi promosi digital, serta cara berinteraksi dengan konsumen melalui platform online. Transformasi pemasaran melalui e-katalog ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing Jelak Joyo Foods, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para pelaku UMKM di Kelurahan Blandongan. Dengan demikian, kegiatan pendampingan ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada pemberdayaan UMKM agar mampu bersaing di era digital yang semakin dinamis.

2. METODE

Dalam pelaksanaan program kerja KKN di Kelurahan Blandongan, kami memilih metode pendampingan usaha dengan fokus pada UMKM Jelak Joyo Foods (JJF). Pendampingan ini menjadi penting karena pemilik UMKM di wilayah tersebut memerlukan bimbingan dalam memahami ilmu bisnis modern, termasuk teknik branding dan pengelolaan pemasaran produk. Para ahli menyebutkan bahwa pendampingan usaha dapat memberikan manfaat signifikan dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM, dengan menyediakan pengetahuan relevan serta dukungan praktis (Kaufmann & Todtling, 2002; Choi & Ko, 2018). Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk membantu mereka dalam mengembangkan usaha secara efektif.

Metode pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengetahui dan menggambarkan implementasi e-katalog dalam pemasaran UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) di Kelurahan Blandongan Pasuruan. Selain itu, untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Blandongan secara umum, kami merancang website katalog UMKM yang efisien mengenai produk Jelak Joyo Foods (JJF). Metode pengumpulan data yang digunakan

meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Masing-masing metode ini bertujuan menggali informasi mendalam mengenai penerapan e-katalog pada UMKM Jelak Joyo Foods serta dampaknya terhadap pemasaran dan pembangunan ekonomi lokal.

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada narasumber yang relevan dengan tujuan kegiatan pengabdian masyarakat. Menurut Sugiyono (2017), wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi langsung dari sumber utama melalui percakapan atau dialog yang terarah. Pada kegiatan ini, wawancara dilakukan dengan pemilik UMKM Jelak Joyo Foods, staf pemasaran, serta konsumen yang telah menggunakan e-katalog. Tujuannya untuk menggali informasi mengenai kondisi pemasaran sebelum dan sesudah penerapan e-katalog, pemahaman dan kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi ini, tantangan yang dihadapi selama penerapan, serta dampaknya terhadap penjualan dan jangkauan pasar. Wawancara dilakukan secara terstruktur, dengan panduan pertanyaan yang disusun berdasarkan rumusan masalah, dan hasil wawancara direkam serta dicatat untuk dianalisis lebih lanjut.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebelum menggunakan e-katalog, pemasaran dilakukan secara konvensional melalui pasar lokal dan pelanggan tetap, dengan penjualan yang cenderung stagnan karena jangkauan pemasaran terbatas. Pemilik UMKM berharap e-katalog dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, terutama dengan menarik pelanggan dari luar daerah. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan teknis dalam pembuatan dan pengelolaan e-katalog. Dari staf pemasaran, diketahui bahwa pembuatan e-katalog memerlukan penyesuaian terutama dalam pengambilan gambar produk yang menarik dan deskripsi produk yang informatif. Konsumen mulai menunjukkan ketertarikan untuk memesan produk melalui e-katalog, meskipun masih dalam jumlah yang belum signifikan. Konsumen yang diwawancarai menyatakan bahwa e-katalog memudahkan mereka dalam melihat variasi produk dan harga sebelum memutuskan untuk membeli, meskipun mereka menyarankan peningkatan pada tampilan e-katalog agar lebih menarik dan user-friendly.

Observasi dilakukan untuk mengamati langsung bagaimana UMKM Jelak Joyo Foods mengimplementasikan e-katalog dan bagaimana perubahan yang terjadi setelah penerapan teknologi tersebut. Observasi ini dilakukan dalam beberapa tahap, mulai dari proses pembuatan hingga implementasi e-katalog, untuk mendapatkan gambaran lebih jelas mengenai operasional UMKM dan tantangan yang mereka hadapi sehari-hari. Tether dan Tajar (2021) menunjukkan bahwa observasi langsung membantu memahami konteks dan dinamika yang mempengaruhi kinerja UMKM, memberikan informasi yang tidak dapat diperoleh hanya dari wawancara atau survei. Dalam observasi ini, kami mencatat adanya peningkatan penjualan sebesar 15% dalam satu bulan setelah e-katalog mulai diimplementasikan, meskipun desain awal e-katalog masih sederhana. Perbaikan terus dilakukan berdasarkan feedback dari konsumen yang merasa lebih mudah mengakses informasi produk, meskipun beberapa mengeluhkan kecepatan respon dalam penanganan pesanan.

Terakhir, dokumentasi juga menjadi instrumen penting dalam pengumpulan data. Menurut Sudaryono (2019), dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, termasuk buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan,

foto-foto, film dokumenter, dan data-data penelitian yang relevan. Dokumentasi, seperti laporan pendampingan dan contoh e-katalog, dikumpulkan untuk melengkapi data. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, mengidentifikasi pola dan tema utama yang muncul dari wawancara dan observasi. Dengan menggunakan metode-metode tersebut, kami dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai penerapan e-katalog pada UMKM Jelak Joyo Foods dan dampaknya terhadap pemasaran dan pembangunan ekonomi lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode di atas, mahasiswa memiliki beberapa program yang dilakukan dalam kegiatan pendampingan pemasaran UMKM Bandeng Jelak dengan menggunakan E-Katalog sebagai alat transformasi pemasaran. Kegiatan pendampingan pemasaran ini dilakukan di Kelurahan Blandongan dengan mayoritas mata pencaharian penduduknya adalah petani tambak. Pada tanggal 4 Agustus 2024, mahasiswa melakukan kunjungan dalam rangka melakukan perizinan kegiatan pendampingan pemasaran pada UMKM Jelak Joyo Foods (JJF). Kegiatan pendampingan pemasaran menggunakan E-Katalog berbasis digital oleh UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) terdiri dari tiga program utama, yaitu pengenalan E-Katalog, sosialisasi pemanfaatan E-Katalog, serta pendampingan pembuatan E-Katalog melalui website. Kegiatan pendampingan pemasaran dengan menggunakan E-Katalog pada UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) dilakukan dalam beberapa tahap sesuai dengan program utama tersebut. Tahapan kegiatan pendampingan pemasaran tersebut dapat dijelaskan secara deskriptif di bawah ini:

Langkah pertama adalah melakukan sosialisasi pengenalan E-Katalog dengan menggunakan website. Sosialisasi pengenalan E-Katalog dengan menggunakan website kepada pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) merupakan Langkah penting untuk memperkenalkan dan mengedukasi mereka tentang manfaat dalam penggunaan E-Katalog untuk sebuah lingkungan bisnis yang sudah maju pada era ini, serta memperkenalkan kepada pihak UMKM cara menggunakan platform ini. Sosialisasi ini dilakukan karena seluruh pihak UMKM tidak mengetahui tentang E-Katalog yang berbasis digital marketing.

Pada tahapan pengenalan E-Katalog, mahasiswa memberikan gambaran singkat mengenai E-Katalog pada pihak UMKM. Tahapan pengenalan E-Katalog ini bertujuan agar pihak UMKM dapat mempertimbangkan menggunakan metode E-Katalog ini terhadap pemasaran hasil penjualan produk Jelak Joyo Foods (JJF). Pada kegiatan ini, mahasiswa menjelaskan secara langsung kepada pihak UMKM mengenai penggunaan E-Katalog dengan penjelasan yang sangat sederhana serta mudah dipahami kepada pihak UMKM agar dapat menerima informasi dengan baik dan benar. Selain itu, mahasiswa mengenalkan website yaitu media pembuatan E-Katalog yang memuat informasi lengkap tentang produk atau layanan yang tersedia, spesifikasi, dan detail lainnya untuk hasil penjualan produk.

Pada tahapan selanjutnya adalah sosialisasi pemanfaatan E-katalog dalam pemasaran produk. Sosialisasi pemanfaatan E-katalog dalam pemasaran produk merupakan strategi penting untuk memperkenalkan kepada pihak UMKM tentang manfaat menggunakan e-katalog sebagai alat yang dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk dari UMKM Jelak Joyo Foods (JJF). Kegiatan ini juga mendiskusikan manfaat e-katalog melalui website yang

memungkinkan konsumen mengakses informasi produk secara cepat dan efisien. Efisiensi ini dapat ditinjau dari peningkatan dalam mengelola dan memperbarui informasi secara real time sehingga distribusi produk dari UMKM Jelak Joyo Food akan menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan katalog fisik yang memerlukan biaya untuk pencetakan katalog.

Pada sosialisasi pemanfaatan E-Katalog, mahasiswa memberikan pemahaman kepada pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) sebagai upaya untuk menginformasikan manfaat E-katalog agar dapat diterima dan diterapkan dengan baik. Melalui kegiatan sosialisasi pemanfaatan E-katalog ini, ketiga pemilik tambak dapat terdorong untuk terlibat dan berpartisipasi dalam memperluas pemasaran produk secara online. Pihak UMKM dapat memanfaatkan media E-katalog melalui website ini untuk memasarkan hasil produk secara lebih luas. Hal ini dikarenakan media E-katalog ini dilakukan secara online agar dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah. Selain itu manfaat E-katalog ini dapat meningkatkan harga jual hasil produk dari UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) karena dapat menghindari ketergantungan pada tengkulak dan memperoleh harga yang lebih kompetitif dan adil. Hal ini dikarenakan aktivitas penjualan hasil produk UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) langsung dengan pihak ketiga atau pembeli. Melalui sosialisasi yang efektif dan berkelanjutan, pihak UMKM dapat memanfaatkan potensi penuh e-katalog sebagai alat strategis dalam pemasaran produk Jelak Joyo Foods (JJF), memperluas jangkauan pasar mereka, dan meningkatkan daya saing di era digital saat ini.

Tahapan selanjutnya pada kegiatan ini yaitu pendampingan pembuatan e-katalog melalui website dengan pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF). Pendampingan dalam pembuatan e-katalog melalui website ini merupakan langkah penting dalam memastikan E-katalog yang dihasilkan sudah sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pemasaran bagi pihak UMKM di Kelurahan Blandongan. Pada kegiatan ini, mahasiswa akan membantu pihak UMKM untuk membuat e-katalog melalui website. Pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) akan dipandu oleh mahasiswa langkah demi langkah sehingga dapat memudahkan mereka dalam mengenal pemasaran melalui e-katalog untuk memasarkan produk hasil UMKM mereka. Para mahasiswa membantu pihak UMKM dalam merancang tata letak dan desain E-katalog di website sehingga dapat menarik bagi konsumen yang mengunjungi website tersebut.

Kegiatan pendampingan kepada pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) ini merupakan pendekatan yang terstruktur dan terkoordinasi yang dapat meningkatkan kesadaran mereka tentang teknologi pada era ini dan memanfaatkannya dengan lebih baik untuk memasarkan produk hasil UMKM mereka. Pendampingan pembuatan e-katalog melalui website dapat memastikan kesuksesan implementasi dan optimalisasi e-katalog dalam mendorong strategi pemasaran dan produktivitas pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF). Dengan adanya kegiatan ini, pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) diharapkan dapat mengimplementasikan hasil dari sosialisasi yaitu pemanfaatan E-katalog melalui website untuk memasarkan hasil produk UMKM. Pada gambar di bawah ini merupakan sosialisasi pemanfaatan E-katalog melalui website yang telah dilakukan kepada pihak UMKM.

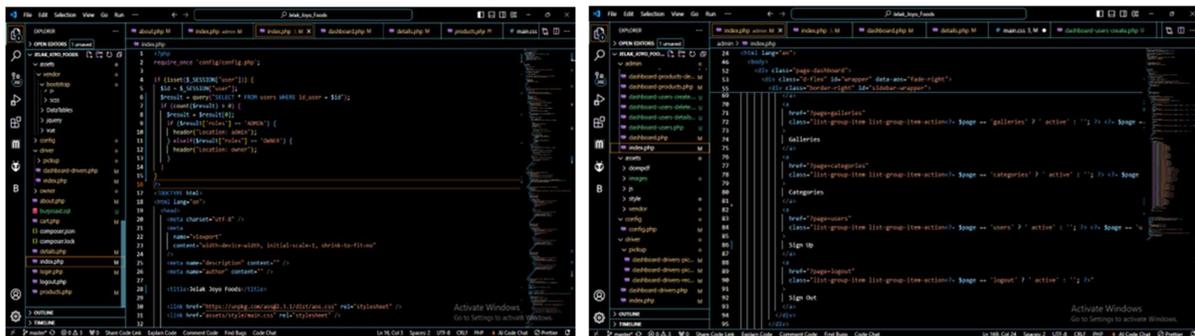


Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi E-Katalog dengan pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF)

Gambar 1. menunjukkan kegiatan sosialisasi dan penyuluhan tentang pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM Jelak Joyo Foods (JJF). Kegiatan ini diselenggarakan oleh mahasiswa KKN Universitas PGRI Wiranegara pada tahun 2024 dengan pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) yang sedang memperhatikan presentasi yang ditampilkan melalui sebuah laptop. Aktivitas ini bertujuan untuk membekali masyarakat desa, khususnya mereka yang terlibat dalam UMKM Jelak Joyo Foods (JJF), dengan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan pengembangan usaha mereka. Hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat berbasis *asset based community development* (ABCD) yang mendorong optimalisasi potensi yang dimiliki oleh masyarakat setempat.

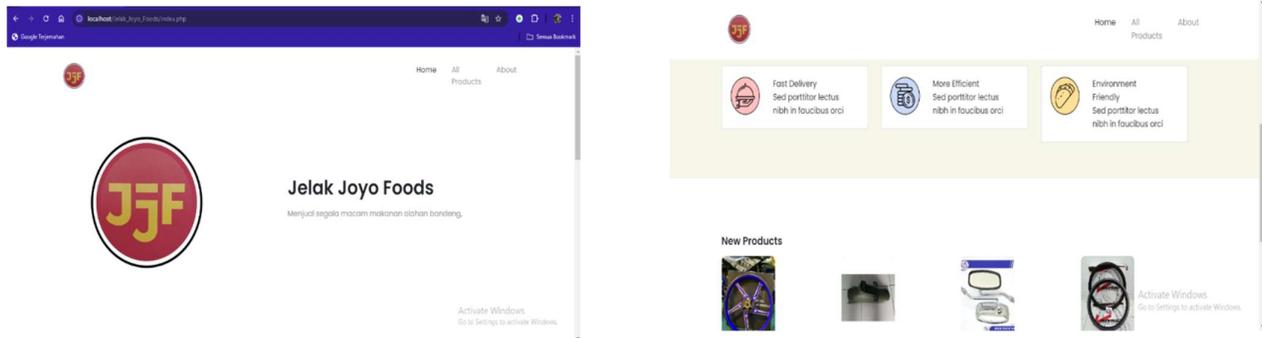
Tahapan terakhir dalam pemanfaatan E-Katalog berbasis digital marketing pada UMKM Jelak Joyo Foods (JJF) adalah melakukan pendampingan pembuatan E-Katalog bersama pihak UMKM Jelak Joyo Foods (JJF). Setelah melalui tahapan pengenalan dan sosialisasi manfaat E-Katalog, mahasiswa bertanggung jawab untuk mendampingi pembuatan E-Katalog melalui website. Langkah pertama adalah membuat website E-Katalog melalui coding. Proses pembuatan website e-katalog melalui coding melibatkan beberapa langkah penting. Dimulai dengan pemilihan pemrograman yang tepat, seperti HTML, CSS, dan JavaScript untuk frontend, serta PHP dan MySQL untuk backend dan database. Struktur website dirancang agar mudah dinavigasi oleh pengguna, dengan halaman-halaman utama seperti homepage, halaman kategori, halaman produk, dan halaman about. Implementasi frontend mencakup pembuatan struktur PHP dan HTML, penataan tampilan dengan CSS, serta penambahan interaksi melalui JavaScript (Aliyah, 2022). Di sisi backend, logika bisnis dan komunikasi dengan database diimplementasikan melalui routing, operasi CRUD (Create, Read, Update, Delete), dan manajemen sesi pengguna. Setelah kedua bagian ini diintegrasikan, pengujian dilakukan untuk memastikan setiap fitur berfungsi dengan baik dan website responsif di berbagai perangkat. Tahap terakhir adalah deployment, di mana website diunggah ke server hosting, database dipindahkan, dan konfigurasi DNS dilakukan untuk menghubungkan domain dengan server (Supendi et al., 2021). Proses ini memerlukan koordinasi yang baik antara pengembang dan perhatian terhadap detail untuk menciptakan website yang fungsional dan user-friendly. Mahasiswa menggunakan nama UMKM yaitu "Jelak Joyo Foods (JJF)" untuk pembuatan E-Katalog ini. Pada beranda website mahasiswa menggunakan fitur katalog untuk membuat E-

Katalog produk dari UMKM Jelak Joyo Foods (JFF) Dari menu katalog, pilih "Product" untuk memulai menambahkan produk ke toko online dalam website. Produk yang ditambahkan adalah hasil produk UMKM Jelak Joyo Foods (JFF) yaitu bandeng bakar madu, sate komo bandeng, bandeng krispi, bandeng otak otak, botok, udang keribo, asem asem cinta, garang asem bandeng, presto kepongpong, naget bandeng, stick duri bandeng, dan abon bandeng. Mahasiswa membantu pihak UMKM dalam mengisi deskripsi produk yang meliputi jenis produk yang akan dijual, menambahkan foto produk hasil produk UMKM, dan mengklasifikasikan jenis ukuran produk sesuai dengan berat massa produk tersebut.

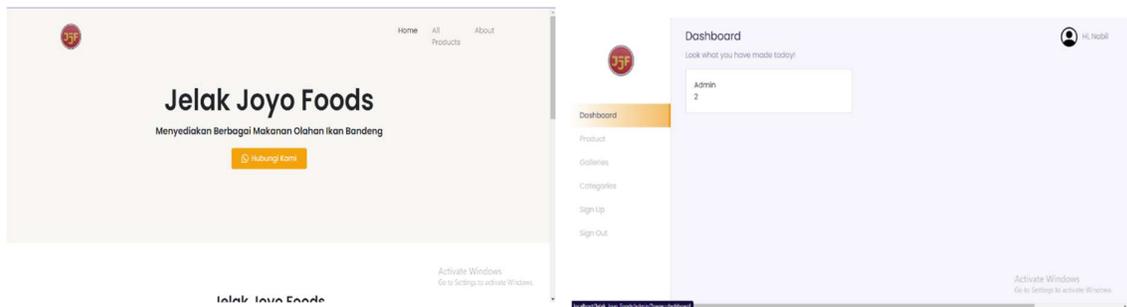


Gambar 2. Pemrograman PHP untuk Website E-Katalog

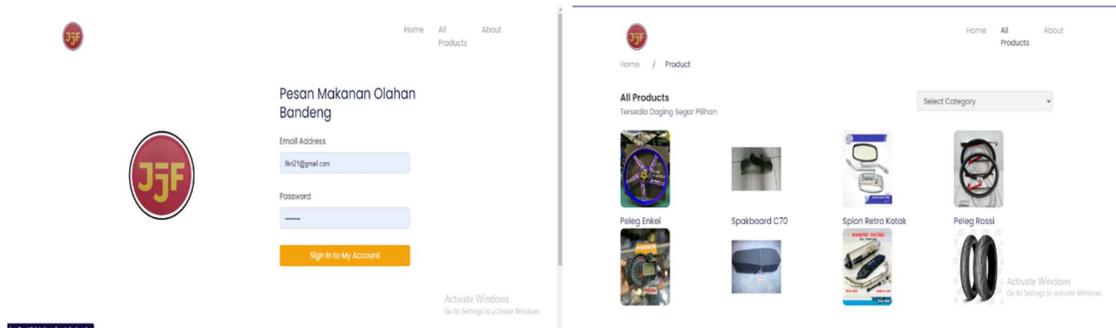
Langkah terakhir adalah mendesain tampilan E-Katalog dari hasil produk UMKM Jelak Joyo Food Mahasiswa menambahkan deskripsi tentang toko maupun hasil produk dengan tujuan untuk menarik minat konsumen pada toko UMKM "Jelak Joyo Food". Pendampingan ini memastikan bahwa pihak UMKM dapat memiliki E-Katalog yang profesional dan menarik, yang akan membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk hasil UMKM. Dengan menggunakan palet warna merah dan kuning yang mencerminkan semangat dan keceriaan produk, serta tipografi modern yang mudah dibaca, desain ini menonjolkan produk olahan bandeng Jelak Joyo Foods (JFF) dengan tampilan yang energik dan menarik. Struktur navigasi yang terorganisir memudahkan pengguna untuk menjelajahi berbagai halaman, seperti beranda, produk, detail produk, tentang kami, dan kontak. Setiap elemen visual didesain secara minimalis dengan penekanan pada gambar produk berkualitas tinggi, sehingga pengguna dapat dengan mudah melihat detail produk dan melakukan pemilihan produk secara efisien. Responsivitas menjadi elemen kunci, memastikan bahwa situs web dapat diakses dengan nyaman melalui berbagai perangkat, baik desktop maupun mobile (Reichardt et al., 2017). Selain itu, fitur-fitur utama seperti pencarian produk, detail produk yang informatif, serta integrasi media sosial, semuanya dirancang untuk mendukung pengalaman informatif yang efisien dan menyenangkan. Optimasi kinerja dilakukan melalui kompresi gambar dan minimisasi file, yang memastikan situs berjalan cepat dan efisien. Secara keseluruhan, desain website ini tidak hanya memperkuat branding UMKM Jelak Joyo Foods (JFF) sebagai produsen makanan ikan bandeng yang berkualitas, tetapi juga meningkatkan pengalaman pengguna dengan navigasi yang mudah dan alur informasi yang sederhana (Maharani et al., 2020).



Gambar 3. Desain Halaman Utama dan Kedua Website E-Katalog Jelak Juyo Foods (JJF)



Gambar 4. Desain Halaman Profile dan Halaman Admin Website E-Katalog Jelak Juyo Foods (JJF)



Gambar 5. Desain Halaman Login dan Halaman Produk Website E-Katalog Jelak Juyo Foods (JJF)

Pemanfaatan E-Katalog berbasis digital marketing pada UMKM Jelak Juyo Foods (JJF) merupakan sebuah inovasi penting untuk mengoptimalkan pemasaran produk olahan bandeng melalui teknologi digital yang berkembang saat ini. Sebelumnya, pemasaran produk dilakukan secara tradisional, yaitu hanya dipasarkan melalui pasar lokal, agen, atau distributor. Hal ini membuat jangkauan pemasaran sangat terbatas pada wilayah geografis tertentu, dan promosi produk dilakukan secara word of mouth yang kurang efektif. Akibatnya, informasi produk sering kali tidak lengkap dan konsumen kesulitan mendapatkan detail yang dibutuhkan.

Namun, dengan penerapan E-Katalog, produk olahan bandeng dari Jelak Joyo Foods (JJF) dapat diakses secara online dan dilihat oleh siapa saja, tanpa batasan wilayah geografis. Bahkan, potensi jangkauannya dapat mencapai pasar nasional dan internasional. Penggunaan E-Katalog juga membuat biaya promosi lebih efisien karena dapat dilakukan melalui media sosial, website, email, dan platform digital lainnya. Konsumen pun dapat dengan mudah mengakses informasi produk secara detail. Berdasarkan hal tersebut, pemanfaatan E-Katalog dalam pemasaran berbasis digital marketing telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan produk dari UMKM Jelak Joyo Foods (JJF).

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan pemasaran UMKM ini memberikan manfaat signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pihak UMKM Bandeng Jelak "Jelak Joyo Foods" (JJF) terkait pemasaran online melalui pemanfaatan E-Katalog untuk mempromosikan dan menawarkan berbagai produk olahan bandeng mereka. Kegiatan pendampingan ini diharapkan dapat membentuk landasan dan pola pikir pihak UMKM di Kelurahan Blandongan mengenai efektivitas penggunaan E-Katalog dalam meningkatkan pemasaran dan branding di era teknologi digital yang terus berkembang. Kegiatan ini menyoroti pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dalam konteks UMKM, sehingga pihak UMKM Bandeng Jelak "Jelak Joyo Foods" (JJF) dapat memanfaatkan E-Katalog secara optimal untuk kepentingan bisnis mereka. Evaluasi tindak lanjut dari pendampingan pembuatan E-Katalog pemasaran online bagi pihak UMKM Bandeng Jelak "Jelak Joyo Foods" (JJF) dilakukan untuk memastikan efektivitas strategi pemasaran online yang diterapkan.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pelaksanaan kegiatan Pendampingan Pemasaran UMKM Bandeng Jelak di Kelurahan Blandongan Pasuruan Menggunakan E-Katalog sebagai Alat Transformasi Pemasaran dilakukan di Dusun Jelak, Kelurahan Blandongan, dengan program dan pendampingan yang telah direncanakan selama kurun waktu kurang lebih satu bulan. Kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi pihak UMKM Jelak Joyo Foods, terutama dalam peningkatan pemahaman dan keterampilan terkait pemasaran digital.

Sebelum pendampingan, pihak UMKM menunjukkan kurangnya pengetahuan mengenai digital marketing, khususnya dalam pemanfaatan e-katalog untuk meningkatkan efisiensi promosi dan memperluas jangkauan pemasaran produk. Program pendampingan ini membuka kesempatan bagi seluruh anggota UMKM, terutama karyawan yang mayoritas adalah ibu rumah tangga, untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan mereka dalam aspek pemasaran digital.

Melalui sosialisasi yang dilakukan, karyawan UMKM Jelak Joyo Foods mendapatkan wawasan baru mengenai penggunaan teknologi digital, khususnya e-katalog, sebagai alat transformasi pemasaran. Setelah kegiatan sosialisasi, pemahaman mereka mengenai digital marketing meningkat secara signifikan. Mereka kini lebih memahami pentingnya e-katalog sebagai alat untuk memasarkan produk secara lebih luas dan efisien.

Kesimpulannya, pemanfaatan e-katalog melalui website sebagai alat transformasi pemasaran di UMKM Jelak Joyo Foods merupakan langkah strategis yang sangat bermanfaat. Program pendampingan ini berhasil mengantarkan UMKM Jelak Joyo Foods menuju adaptasi teknologi yang lebih baik dalam menghadapi persaingan di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, kegiatan pendampingan ini tidak hanya membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan, tetapi juga memberikan fondasi yang kuat bagi mereka untuk terus berkembang di era digital.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan pendampingan ini, beberapa saran dapat diberikan untuk pengembangan UMKM Jelak Joyo Foods ke depannya. Pertama, penting bagi pihak UMKM untuk terus konsisten dalam memanfaatkan e-katalog sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka, dengan melakukan pembaruan rutin serta pengembangan fitur yang lebih menarik dan interaktif. Selain itu, pelatihan lanjutan terkait pemasaran digital, khususnya yang berfokus pada media sosial dan SEO (Search Engine Optimization), sangat disarankan agar karyawan UMKM dapat memaksimalkan potensi pemasaran online. Diversifikasi saluran pemasaran, seperti menggunakan media sosial, website, dan platform e-commerce lainnya, juga perlu dipertimbangkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti institusi pendidikan, pemerintah, atau pelaku bisnis lain, dapat menjadi strategi yang efektif untuk mendapatkan dukungan tambahan dalam hal teknologi, pemasaran, dan pengembangan produk. Terakhir, evaluasi berkala terhadap penerapan e-katalog dan strategi pemasaran digital sangat penting untuk memastikan efektivitas serta mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan sehingga UMKM Jelak Joyo Foods dapat terus berkembang dan bersaing di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah mendukung kegiatan KKN di Kelurahan Blandongan. Kepada pihak-pihak di Kelurahan Blandongan, terima kasih atas dukungan dan kemudahan yang diberikan, yang sangat mempermudah pelaksanaan program kami. Kami juga menghargai kerjasama dengan UMKM Jelak Joyo Foods (JJF), yang telah membuka kesempatan bagi kami untuk memberikan pendampingan dan dukungan, serta berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal.

Ucapan terima kasih kami sampaikan pula kepada teman-teman tim KKN atas dedikasi dan kerja keras yang luar biasa. Terakhir, kami berterima kasih kepada seluruh warga Kelurahan Blandongan atas sambutan hangat dan partisipasi aktif Anda. Dukungan Anda telah memainkan peran penting dalam keberhasilan kegiatan ini.

Sekali lagi, terima kasih kepada semua yang telah berkontribusi. Kami berharap hasil dari kerjasama ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi komunitas dan UMKM di Kelurahan Blandongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Faujiyanto, S. A., Ajid Indrayana, Ahadiati Rohmatiah, & Mutmainah. (2023). Pengaruh Efisiensi Pemesanan, Kemudahan Pemasaran, Dan Penetapan Harga Pada Penggunaan E – Katalog Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Magetan. *JAMER : Jurnal Akuntansi Merdeka*, 4(1), 33–45. <https://doi.org/10.33319/jamer.v4i1.96>
- Indrawan, R., Octaviani, R., Sugianto, R. S., Mutaqin, G. P., Rahayu, L. W., Sulistiawati, S., & Fazri, M. T. (2023). *Implementation of Digital Marketing Strategy and Preparation of Financial Reports for Oti Snack & Catering UMKM in Cimahi City.pdf*.
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8955>
- Kaswinata, Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). *SIGNIFIKANSI PERANANAN UMKM DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI DI KOTA MEDAN DALAM PERSPEKTIF SYARIAH.pdf*.
- Maharani, I. P., Mufarrokha, L., Suryaningsih, R. T., Hanum, Y. M., Prasetyo, Y., & Nurhayati, E. (2020). *Pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing pada budidaya tambak*.
- Prayoga, D. S., Oktaviani, R., & Hermawan, A. (2023). *View of Penguatan Bisnis UMKM Kue Karisma di Kota Malang melalui Pendampingan Manajemen Usaha.pdf*.
- Pujiastuti, N. S., Ayu, K., & Syamsiah, S. (2023). *Peningkatan Kompetensi Digital Marketing UKM Melalui Pelatihan Video Promosi Untuk Komunitas UKM Kelurahan Pandean Lamper Kota Semarang.pdf*.
- Purbaya, M. E., Fahreza, A., Haryanto, L. W. O., Linda, G., & Ramadhan, G. (2024). *View of Implementasi Katalog Produk UMKM Organik sebagai Alat Pemasaran pada Program Biorama di Purwokerto.pdf*.
- Reichardt, K., Rogge, K. S., & Negro, S. O. (2017). Unpacking policy processes for addressing systemic problems in technological innovation systems: The case of offshore wind in Germany. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 80(May), 1217–1226. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2017.05.280>
- Sasongko, D., Yuliawati, P. M., Nurhidayah, R., Utomo, R. G., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 7(1), 68–73. <https://doi.org/10.32528/jpmi.v7i1.3943>
- Supendi, C., Fazrin Nasrulloh, S., Kuningan, M., Fazrin Nasrulloh Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, S., & Muhammadiyah Kuningan, S. (2021). Pengembangan Platform Warung Online Berbasis Pretashop sebagai Sarana Promosi Produk UMKM Kabupaten Kuningan. *ICT Learning*, 5(2), 1–20.
- Tsuraya, A. F., & Kusuma, Y. B. (2023). *View of Strategi Pengembangan dan Pemasaran Produk Menggunakan Sentra Wisata Kuliner UMKM Minuman di Kelurahan Keputih Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya.pdf*.

- Utama, A. H. (2024). *Journal of Instructional Technology E-CATALOG MELALUI PLATFORM IMOOJI: STUDI DESAIN PESAN DALAM MEDIA PROMOSI DIGITAL UMKM*
Pendahuluan Pada saat ini teknologi Informasi telah diadopsi oleh berbagai aspek kehidupan , pengetahuan lainnya . Teknologi Inform. 5(1), 77–90.
- Widhyaestoeti, D., Agnes, K. T., Jaenudin, J., Rachmawati, F., Fatimah, F., & Wulandari, B. (2024). *View of Pengembangan Aplikasi Berbasis Web Untuk Meningkatkan Pemesanan Produk UMKM KIMELS HIJAB.pdf.*