

Pemanfaatan E-Catalog Sebagai Media Promosi Produk Kerajinan Rotan di Desa Tumbang Nusa

Ollivia Lavig¹, Yalince Susanti², Viktor Germanus Zebua³, Gading Puspaningtyas⁴
Marsella Finkan⁵, Zico Oktavino Joyanaku⁶, Gugun Juli Pratama^{7*}, Susanty⁸

¹FKIP, Universitas Palangka Raya. Email: ollivialavig@gmail.com

²FKIP, Universitas Palangka Raya. Email: yalincesusanti8@gmail.com

³FKIP, Universitas Palangka Raya. Email: zebuadiligent@gmail.com

⁴FKIP, Universitas Palangka Raya. Email: gadingpuspaa@gmail.com

⁵FKIP, Universitas Palangka Raya. Email: marsellafinkan13@gmail.com

⁶FKIP, Universitas Palangka Raya. Email: zico20160708@gmail.com

⁷FKIP, Universitas Palangka Raya. Email: gugunacademia@gmail.com

⁸FKIP, Universitas Palangka Raya. Email: susanty.eng@upr.ac.id

Informasi Artikel:

Dikirim: 30-Mei-2026

Direvisi: 22-Juni-2026

Diterima: 28-Juni-2026

Dipublikasikan online:

30-Juni-2026

*Penulis Koresponden:

gugunacademia@gmail.com



This article is licensed under Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License.

Artikel ini dilisensikan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi Non-Komersial 4.0 Internasional

ABSTRACT

Traditional handicrafts attract strong consumer interest, yet local entrepreneurs often face persistent marketing and sales challenges. The rattan and purin craft MSME in Tumbang Nusa Village, Jabiren Raya District, Pulang Pisau Regency, Central Kalimantan, has significant economic and cultural value but limited promotional reach because product information was not systematically organized and marketing channels were restricted. This Project on Community Development examined production processes, structured product information, and strengthened promotion through a digital Electronic Catalogue (E-Catalogue). Activities included initial communication, needs assessment, field observation, interviews with the owner, product photography, and catalogue design and deployment. The project was implemented in three meetings on March 7, 14, and 21, 2026. The resulting E-Catalogue presented photographs, product names, descriptions, prices, and ordering information. The partner responded positively, viewing it as more organized, attractive, and professional. Training on Instagram, Facebook, and WhatsApp Business also helped expand product promotion and public visibility more broadly..

Keywords: E-Catalogue, MSMEs, Handcraft, digital promotion

ABSTRAK

Kerajinan tangan tradisional menarik minat konsumen yang tinggi, tetapi pelaku usaha lokal sering menghadapi kendala pemasaran dan penjualan. UMKM kerajinan rotan dan purin di Desa Tumbang Nusa, Kecamatan Jabiren Raya, Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah, memiliki nilai ekonomi dan budaya yang penting, tetapi jangkauan promosinya masih terbatas karena informasi produk belum tersusun secara sistematis dan saluran pemasaran masih terbatas. Kegiatan Project on Community Development ini bertujuan mengkaji proses produksi, menyusun informasi produk, dan memperkuat promosi melalui Katalog Elektronik atau E-Catalogue. Kegiatan meliputi komunikasi awal, analisis kebutuhan, observasi lapangan, wawancara dengan pemilik usaha, fotografi produk, serta perancangan dan penerapan katalog. Kegiatan dilaksanakan dalam tiga pertemuan pada 7, 14, dan 21 Maret 2026. E-Catalogue yang dihasilkan memuat foto, nama, deskripsi, harga, dan informasi pemesanan produk. Mitra memberikan tanggapan positif karena katalog dinilai lebih teratur, menarik, dan profesional. Pelatihan penggunaan Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business juga membantu memperluas promosi serta meningkatkan visibilitas produk.

Kata Kunci: E-Katalog, UMKM, kerajinan tangan, promosi digital

Cara mengutip:

Lavig, O., Susanti, Y., Zebua, V.G., Puspaningtyas, G., Finkan, M., Joyanaku, Z.O., Pratama, G.J., Susanty (2026). Pemanfaatan E-Catalog Sebagai Media Promosi Produk Kerajinan Rotan di Desa Tumbang Nusa. *Huma Betang: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 41-49. DOI: <https://doi.org/1069743/humabetang.v2i1.23>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga mampu bertahan dan menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan yang terjadi dalam lingkungan usaha. Kemampuan beradaptasi tersebut menjadikan UMKM sebagai salah satu penggerak pembangunan ekonomi yang penting di berbagai daerah (Putro et al., 2022).

Salah satu UMKM yang memiliki potensi ekonomi dan budaya adalah usaha kerajinan rotan dan purun. Desa Tumbang Nusa, Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah, memiliki kelompok pengrajin yang menghasilkan berbagai produk seperti tas rotan, sedotan purun, serta berbagai jenis anyaman lainnya. Produk-produk tersebut memiliki nilai ekonomi sekaligus mencerminkan kearifan lokal masyarakat setempat. Namun, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, promosi produk masih dilakukan secara terbatas sehingga informasi mengenai produk belum dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Perkembangan teknologi digital saat ini memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran produk (Agustinawati et al., 2026). Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu strategi yang dapat membantu UMKM mengatasi berbagai kendala dalam kegiatan promosi yang sebelumnya masih mengandalkan cara-cara konvensional. Digitalisasi pemasaran juga memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien (Nadzril et al., 2024).

Selain pemanfaatan teknologi digital, inovasi dalam aspek pemasaran juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif dapat membantu produk yang dihasilkan lebih dikenal oleh masyarakat serta memiliki nilai tambah dibandingkan produk sejenis lainnya (Kuncoro, 2018). Salah satu bentuk inovasi pemasaran yang dapat diterapkan adalah penyusunan E-Catalog yang memuat informasi produk secara lengkap dan menarik.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Project on Community Development (PoCD) ini dilaksanakan melalui pembuatan E-Catalog sebagai media promosi bagi UMKM kerajinan rotan di Desa Tumbang Nusa. Melalui E-Catalog yang disusun, diharapkan informasi mengenai produk dapat tersampaikan dengan lebih efektif, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendukung peningkatan daya saing UMKM di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan pada pelaporan kegiatan ini adalah metode deskriptif, yaitu dengan memaparkan seluruh rangkaian kegiatan secara sistematis mulai dari lokasi dan jadwal pelaksanaan. Tahapan kegiatan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pihak terkait, pendalaman serta analisis kebutuhan dengan pengembangan produk, pembuatan E-Catalog, penyusunan dan dokumentasi E-Catalog secara lengkap, sehingga penyerahan hasil karya tim kepada mitra. Selain itu, pelaporan juga mencakup proses persiapan, implementasi, monitoring, dan evaluasi yang didukung dokumentasi kegiatan berupa foto-foto pada setiap tahapan pelaksanaan.

A. Lokasi dan Jadwal Kegiatan

Kegiatan Project on Community Development (PoCD) ini dilaksanakan di Jalan Mahir-Mahar, Desa Tumbang Nusa, Kecamatan Jabiren Raya, Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah. Lokasi yang dipilih merupakan salah satu daerah penghasil produk UMKM salah satunya adalah mitra usaha kerajinan rotan milik mitra kegiatan terkait (Ibu Herlina) serta kelompok-kelompok pengrajin lainnya yang ada di lokasi tersebut. Pelaksanaan kegiatan menerapkan pendekatan partisipatif yang terdiri atas lima tahapan sistematis, yakni komunikasi awal, observasi, perancangan program, pembuatan produk, dan evaluasi.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan PoCD

Pertemuan	Tanggal	Lokasi	Agenda
Pertama	7 Maret 2026.	Desa Tumbang Nusa, Kecamatan Jabiren Raya, Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah.	Kunjungan dan Observasi Awal Serta Penyerahan Proposal Kegiatan.
Kedua	14 Maret 2026.	Desa Tumbang Nusa, Kecamatan Jabiren Raya, Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah.	Wawancara Produk.
Ketiga	21 Maret 2026.	Universitas Palangka Raya, Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris.	Tahapan Penyusunan Produk.
Keempat	28 Mei 2026.	Desa Tumbang Nusa, Kecamatan Jabiren Raya, Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah.	Penyerahan Produk <i>E-Katalog</i>

B. Tahapan Kegiatan

Tahap pengembangan dan implementasi kegiatan PoCD ini dilaksanakan melalui 4 tahapan utama, yaitu persiapan, implementasi, monitoring dan dokumentasi, dan evaluasi.

1) Tahap Persiapan

Pada fase persiapan adalah komunikasi awal yang bertujuan untuk memperoleh izin pelaksanaan sekaligus membangun hubungan dengan pihak mitra. Pada tahap ini, tim memperoleh kesepakatan untuk melaksanakan program promosi melalui pembuatan E-Katalog digital bagi usaha mitra. Komunikasi awal juga dimanfaatkan untuk memahami kondisi usaha secara umum serta mengidentifikasi kebutuhan mitra sebelum pelaksanaan kegiatan di lapangan.

2) Tahap Implementasi

Pada tahap implementasi, tim PoCD melaksanakan observasi lapangan yang dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, khususnya dalam aspek promosi dan pemasaran produk. Hasil observasi menunjukkan bahwa mitra belum memiliki media promosi yang terstruktur, sehingga informasi mengenai produk belum tersampaikan secara optimal kepada calon konsumen. Temuan ini menjadi landasan utama dalam penentuan bentuk solusi yang akan ditawarkan kepada mitra.

Tahap pelaksanaan dilaksanakan melalui empat pertemuan terjadwal mulai 7 Maret hingga 28 Mei 2026. Setiap pertemuan memiliki tujuan tersendiri dalam pengembangan E-Katalog secara keseluruhan. Pertemuan pertama pada 7 Maret 2026 berfokus pada kunjungan lapangan awal ke lokasi mitra di Desa Tumbang Nusa. Tim memperkenalkan program, menyerahkan proposal kegiatan, dan melakukan pengamatan awal terhadap kondisi usaha serta jenis produk yang tersedia. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa mitra tidak memiliki media promosi yang terstruktur, karena informasi produk belum diorganisir secara sistematis, sehingga menyulitkan upaya menjangkau pasar konsumen yang lebih luas.

Pertemuan kedua pada 14 Maret 2026 mencakup wawancara mendalam dengan pemilik usaha untuk mengumpulkan informasi terperinci mengenai profil usaha, proses produksi, jenis produk, penetapan harga, dan tantangan pemasaran. Wawancara tersebut menegaskan bahwa meskipun produk-produk tersebut berkualitas baik dan sebelumnya telah menjangkau pasar internasional, promosi masih belum optimal karena kurangnya informasi produk yang terstruktur. Sesi pemotretan produk juga dilakukan selama pertemuan ini untuk mendokumentasikan semua barang kerajinan, termasuk tas rotan, sedotan purun, keranjang anyaman, dan produk kerajinan tangan lainnya, dengan memperhatikan komposisi dan pencahayaan guna memastikan hasil yang menarik secara visual.

Pertemuan ketiga pada 21 Maret 2026 difokuskan pada pengumpulan semua data dan foto yang telah dikumpulkan ke dalam sebuah E-Katalog digital. Katalog tersebut dirancang agar menarik secara visual, terstruktur, dan mudah dibaca, serta memuat informasi produk yang lengkap seperti foto produk, nama,

deskripsi singkat, kisaran harga, dan rincian pemesanan. E-Katalog tersebut disajikan dalam bahasa Inggris untuk mendukung jangkauan pasar yang lebih luas, termasuk konsumen internasional potensial.

Pertemuan keempat dan terakhir pada tanggal 28 Mei 2026 mencakup penyerahan resmi E-Katalog yang telah selesai kepada mitra, disertai dengan panduan mengenai cara mendistribusikan dan memanfaatkannya melalui platform media sosial, yaitu Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business. Panduan ini bertujuan untuk membekali mitra dengan kemampuan mengelola E-Katalog secara mandiri sebagai alat promosi digital yang berkelanjutan.

3) Tahap Monitoring dan Dokumentasi

Selama masa kegiatan berlangsung, tim PoCD merancang program yang diarahkan pada pengembangan E-Katalog sebagai media promosi digital yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas mitra. Tahap keempat adalah implementasi produk yang dilaksanakan dalam tiga pertemuan terjadwal selama periode 7 hingga 21 Maret 2026. Pertemuan pertama pada 7 Maret 2026 difokuskan pada kunjungan awal, pengenalan tim, penyerahan proposal kegiatan, serta pengamatan terhadap kondisi usaha dan jenis produk yang dihasilkan. Pertemuan kedua pada 14 Maret 2026 dilaksanakan melalui wawancara mendalam untuk menggali informasi profil usaha, proses produksi, jenis produk, dan kendala pemasaran, sekaligus dilakukan dokumentasi fotografi terhadap produk-produk kerajinan seperti tas rotan dan sedotan purun. Seluruh data dan dokumentasi yang terkumpul kemudian digunakan pada pertemuan ketiga tanggal 21 Maret 2026 sebagai bahan penyusunan E-Katalog yang memuat informasi produk secara lengkap, meliputi foto, nama produk, deskripsi singkat, harga, dan informasi lokasi usaha.

Selama pelaksanaan kegiatan, tim juga melakukan monitoring terhadap seluruh proses pengembangan E-Katalog untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Monitoring dilakukan pada setiap pertemuan melalui pengamatan langsung terhadap proses pengumpulan data, dokumentasi produk, penyusunan desain E-Katalog, serta komunikasi dengan mitra terkait kebutuhan informasi produk yang akan ditampilkan.

Selain monitoring, dokumentasi kegiatan dilakukan secara sistematis pada setiap tahapan pelaksanaan. Dokumentasi meliputi kegiatan observasi awal, wawancara dengan mitra, proses pengambilan foto produk, penyusunan E-Katalog, hingga penyerahan hasil E-Katalog kepada mitra. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti pelaksanaan kegiatan sekaligus menjadi bahan evaluasi untuk menilai kesesuaian hasil program dengan kebutuhan mitra.

Hasil monitoring menunjukkan bahwa seluruh tahapan kegiatan dapat dilaksanakan sesuai jadwal yang telah ditentukan. Mitra berpartisipasi secara aktif dalam memberikan informasi mengenai produk kerajinan rotan dan purun yang dimiliki, sehingga proses penyusunan E-Katalog dapat berjalan dengan baik. Dokumentasi yang diperoleh juga mendukung penyajian laporan kegiatan secara lebih lengkap dan informatif.



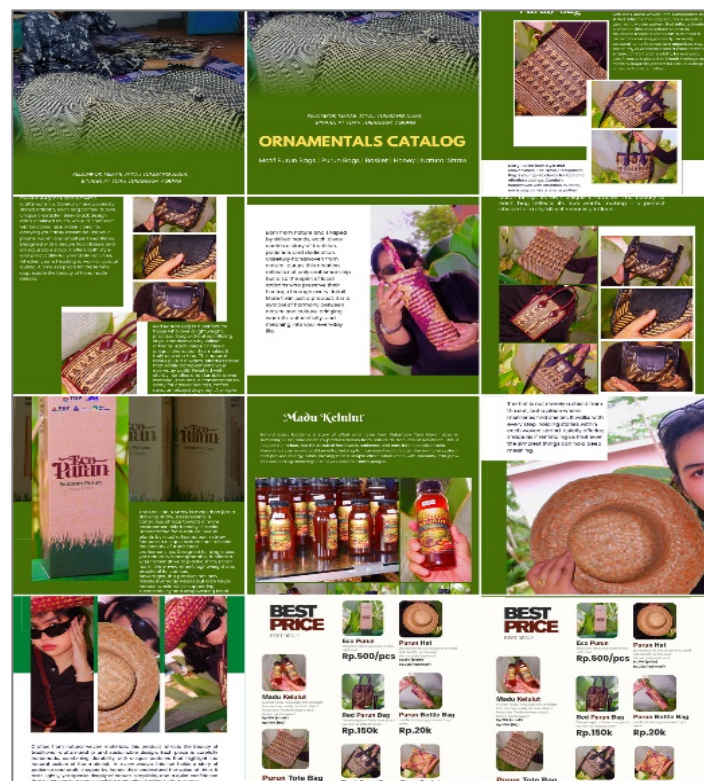
Gambar 1. Kegiatan observasi awal di lokasi mitra UMKM kerajinan rotan dan purun Desa Tumbang Nusa.



Gambar 2. Wawancara dengan mitra mengenai profil usaha, produk, dan kebutuhan promosi.



Gambar 3. Dokumentasi foto produk kerajinan rotan dan purun sebagai bahan penyusunan E-Katalog.



Gambar 4. E-Katalog produk UMKM kerajinan rotan dan purun Desa Tumbang Nusa yang telah dikembangkan



Gambar 5. Penyerahan hasil E-Katalog kepada mitra UMKM sebagai media promosi digital

4) Tahap Evaluasi

Pada fase ini, metode yang digunakan adalah observasi langsung terhadap proses pembuatan E-Katalog serta peninjauan relevansi konten berbasis kebutuhan mitra. Penilaian diukur berdasarkan tiga indikator esensial: kelengkapan informasi produk, ketepatan dokumentasi visual, dan kemudahan akses serta keterbacaan oleh calon konsumen. Data hasil evaluasi ini selanjutnya diintegrasikan sebagai dasar revisi dan optimalisasi produk akhir sebelum diserahkan kepada mitra sebagai media promosi siap pakai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pada kegiatan Project on Community Development (POCD) ini berisi mengenai produk yang dikembangkan serta implementasi produk tersebut pada UMKM kerajinan rotan dan purun di Desa Tumbang Nusa. Produk yang dikembangkan dalam kegiatan ini adalah E-Katalog sebagai media promosi digital untuk membantu mitra memperkenalkan produk kerajinan kepada masyarakat yang lebih luas.

E-Katalog yang dibuat memuat berbagai informasi mengenai produk kerajinan yang dihasilkan oleh mitra, seperti tas rotan, sedotan purun, dan produk kerajinan lainnya. Informasi yang dicantumkan dalam E-Katalog meliputi foto produk, nama produk, deskripsi singkat, kisaran harga, serta informasi pemesanan. Penyusunan desain E-Katalog dibuat secara menarik dan sistematis agar mudah dipahami oleh calon konsumen serta dapat digunakan sebagai media promosi melalui media sosial (Kurniawan et.,all 2024).

Pengembangan produk E-Katalog dilakukan berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan mitra. Pada tahap observasi pertama, tim melakukan pengenalan program serta pengamatan awal terhadap kondisi usaha dan jenis produk yang dimiliki mitra. Selanjutnya, pada observasi kedua tim melakukan wawancara secara langsung dengan pihak mitra mengenai kendala yang dihadapi dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk. Dari hasil wawancara diketahui bahwa produk kerajinan yang dimiliki sebenarnya memiliki kualitas yang baik dan telah dipasarkan hingga ke beberapa negara, namun informasi produk belum tersusun secara terstruktur sehingga promosi belum maksimal.

Tabel 2. Daftar Produk Kerajinan UMKM Mitra di Desa Tumbang Nusa

No	Nama Produk	Bahan	Keterangan
1.	Tas Rotan	Rotan alam	Dibuat secara handmade, tersedia berbagai ukuran dan motif khas Dayak
2.	Sedotan Purun	Purun (tanaman rawa)	Ramah lingkungan, pengganti sedotan plastik, biodegradable
3.	Keranjang Rotan	Rotan alam	Multifungsi, dapat digunakan sebagai wadah penyimpanan dan dekorasi

No	Nama Produk	Bahan	Keterangan
4.	Keranjang Purun	Purun (tanaman rawa)	Produk anyaman tangan dengan motif tradisional khas Kalimantan Tengah

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim mengembangkan solusi berupa pembuatan E-Katalog produk. Implementasi produk dilakukan dengan mengumpulkan dokumentasi produk melalui sesi foto produk, mencatat informasi penting mengenai produk, kemudian menyusun seluruh data tersebut ke dalam desain E-Katalog digital. Setelah proses penyusunan selesai, E-Katalog diperkenalkan dan diserahkan kepada mitra sebagai media promosi yang dapat digunakan secara berkelanjutan. Selain itu, implementasi E-Katalog juga dilakukan dengan memberikan penjelasan kepada mitra mengenai cara penggunaan dan penyebaran katalog melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business. Dengan adanya implementasi tersebut, mitra dapat lebih mudah memperkenalkan produk kepada calon konsumen secara lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi pemasaran secara langsung.



Gambar 6. Dokumentasi Hasil Produk UMKM Mitra di Desa Tumbang Nusa

Hasil dari implementasi produk menunjukkan bahwa E-Katalog mampu membantu mitra dalam menampilkan produk secara lebih rapi, menarik, dan profesional. Mitra juga memberikan respon positif terhadap produk yang dikembangkan karena dinilai dapat mempermudah promosi serta memberikan informasi produk secara lebih lengkap kepada konsumen. Dengan demikian, pengembangan E-Katalog ini diharapkan dapat membantu meningkatkan promosi dan daya saing UMKM kerajinan rotan dan purun di Desa Tumbang Nusa (Indahsari et al., 2024).

Secara umum penggunaan E-katalog sangat bagus sebagai langkah awal untuk membuat pemasaran produk-produk lokal jadi semakin luas dan juga mengatasi keterbatasan pemasaran, karena beberapa pedagang di desa masih bergantung pada pasar lokal. Menurut Yolanda & Hasanah (2024), UMKM memiliki peran yang signifikan dalam pembangunan ekonomi Indonesia, tetapi masih menghadapi tantangan seperti akses terbatas terhadap modal dan kendala pemasaran. Oleh karena itu, penggunaan sosial media, internet, E-katalog dan sejenisnya sangat dapat membantu perkembangan, pemasaran, dan penyebaran produk UMKM dari Desa Tumbang Nusa.

Tidak hanya itu, hasil penelitian dari Nurhasan et al. (2024) menguraikan kegiatan spesifik KKNM, termasuk pelatihan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan manajemen keuangan, serta pembuatan logo dan konten promosi, yang efektif membantu perkembangan UMKM. Jadi dengan kata lain, pengabdian masyarakat yang menerapkan atau memberikan pemahaman kepada warga desa dapat membantu berkembangnya UMKM (Erawan et al., 2023). Dengan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas produk olahan di Desa Tumbang Nusa.

Penggunaan media seperti E-katalog yang berfungsi untuk mengetahui informasi, harga, dan pemesanan yang dapat dilihat dan diketahui dengan lebih jelas, sangat baik untuk hubungan antara pembeli dan penjual. Sesuai dengan hasil dari Faturrahman et al. (2025), berkembangnya teknologi dan internet dapat memberikan manfaat dalam memperluas jangkauan pemasaran UMKM, menciptakan peluang bisnis baru, dan meningkatkan kesadaran masyarakat luas terhadap produk-produk lokal. Dengan adanya E-katalog ini, pemasaran produk Purun dan Rotan menjadi lebih rapi dan terlihat lebih profesional.

Meskipun pelaksanaan atau implementasi E-katalog ini mendapatkan apresiasi atau respon yang positif dari mitra, proses ini harus tetap disertai oleh atau dikawal. Mengacu pada studi oleh Nadzril & Rully (2024), upaya inovasi digitalisasi pada UMKM sebelumnya sangat bergantung pada metode tradisional yang seringkali dihadapkan dengan permasalahan yang dasar. Oleh karena itu, agar E-katalog ini dapat terus dikelola secara mandiri oleh mitra, pelatihan sangat diperlukan dan dilakukan berdampingan sebagai salah satu solusi penting. Sehingga kedepannya mitra atau pemilik UMKM Desa Tumbang Nusa ini dapat dikelola dengan baik.

Secara keseluruhan, pembuatan E-katalog ini diharapkan dapat membantu pemasaran dan berkembangnya UMKM pada Desa Tumbang Nusa. E-katalog ini juga dapat membantu menyusun rapi harga ataupun barang, supaya terlihat lebih baik dan profesional. Pemasaran yang lebih luas juga dapat membantu orang luar untuk mengetahui produk olahan tradisional purun dan rotan ini. Dengan ini diharapkan semuanya dapat berkembang dengan baik.

SIMPULAN

Mitra UMKM kerajinan rotan dan purun di Desa Tumbang Nusa mengalami kendala dalam promosi produk karena informasi produk belum tersusun secara sistematis dan media pemasaran masih terbatas. Akibatnya, produk belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Untuk mengatasi masalah tersebut, tim PoCD menawarkan solusi berupa pembuatan E-Katalog sebagai media promosi digital. E-Katalog dirancang agar produk dapat dipromosikan dengan lebih rapi, menarik, dan mudah diakses melalui media sosial.

Produk yang diimplementasikan adalah E-Katalog yang berisi foto produk, nama produk, deskripsi, harga, dan informasi pemesanan yang dimana nanti nya hasil implementasi tersebut di anggap mampu memasarkan layanannya secara online dengan lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang luas dan berkelanjutan, tidak hanya dalam meningkatkan daya saing UMKM di desa Tumbang Nusa, tetapi juga dalam membantu mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha kecil dan menengah di wilayah tersebut.

Rekomendasi untuk kegiatan PoCD selanjutnya adalah memberikan pelatihan lanjutan kepada mitra mengenai pengelolaan media sosial seperti pembuatan video content tentang produk UMKM dan penggunaan E-Katalog secara mandiri agar promosi produk dapat berjalan secara berkelanjutan. Selain itu, pengembangan desain promosi digital dan strategi pemasaran online juga perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di Desa Tumbang Nusa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Raya atas dukungan fasilitas dan arahan selama pelaksanaan kegiatan Project on Community Development (PoCD) ini. Apresiasi yang tinggi juga penulis sampaikan kepada mitra pelaku UMKM kerajinan rotan dan purun di Desa Tumbang Nusa, Kecamatan Jabiren Raya, Kabupaten Pulang Pisau, atas keterbukaan, kerja sama, dan ruang yang diberikan kepada tim selama proses observasi hingga implementasi E-Katalog. Terakhir, terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan pengabdian serta penyusunan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustinawati, T., Ilahi, R., Audhiya, T. R., Najwa, K., & Rifki, A. (2026). Pemanfaatan Teknologi Digital oleh UMKM Dimsum di Era Society 5.0: Tantangan, Peluang, dan Efektivitas Platform Digital. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 187-197. DOI: <https://doi.org/10.63822/yfrn2329>
- Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). Pelatihan digital marketing dalam upaya meningkatkan literasi digital UMKM Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200-205. <https://www.ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/download/3880/2359>
- Faturrahman, F., Subhan, E. S., & Shoalihin, S. (2025). Pengembangan UMKM Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(3), 990–1008. DOI: <https://doi.org/10.60079/amfr.v3i3.622>
- Indahsari, L. I. N., Muawwanah, R., Hafifah, N., Sholekhatun, S., Nurhaliza, N., Akbar, R., & Amin, Z. S. (2024). Optimalisasi Branding dan Marketing Kerajinan Menjawet Rotan Khas Dayak di Desa Sepang Simin, Gunung Mas, Kalimantan Tengah. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 513–518. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/1612/602>
- Kuncoro, D. K. R. (2018). Identifikasi Eco-Inovasi Pada Usaha Mikro dan Kecil Kerajinan Rotan Berdasarkan Tipe, Sumber Informasi, dan Kemampuan Teknologi. Dalam *Seminar Nasional Rekayasa Tropis 2025* (Vol. 1, No. 1, pp. 34-41). <https://ejournals.unmul.ac.id/index.php/SEMNASTEK/article/viewFile/944/858>
- 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. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/26052/11778>
- Nadzril, K., & Rully, R. D. (2024). Upaya Meningkatkan Inovasi Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Desa Matang Sentang, Kecamatan Seruway. *Journal of Community Services and Engagement*, 1(2), 71–80. <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jcse/article/view/9364>
- Nurhasan, Y., Yuliyanti, P., Solihah, D. Y., Maysaputri, R. H., & Ardan, T. S. (2024). Penerapan Digitalisasi Dalam Pengembangan UMKM Desa Melalui Program KKNM Desa Cibuluh, Kecamatan Tanjungsiang Kabupaten Subang. *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi*, 2(2), 78-84. DOI: <https://doi.org/10.37950/s86z2g16>
- Putro, H. P. N., Rusmaniah, E. W. A., Subiyakto, B., & Putra, M. A. H. (2022). Peran modal sosial dalam pengembangan UMKM kerajinan di Kampung Purun. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah* (Vol. 7, No. 3). <https://snllb.ulm.ac.id/prosiding/index.php/snllb-lit/article/view/777>
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 170–186. DOI: <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>