



**Pembuatan Katalog Online Layanan Jasa Berbasis Web Sebagai Media
Periklanan Penyedia Layanan Jasa UMKM Desa Trasan Kecamatan
Bandongan Kabupaten Magelang**

*Creation of a Web-Based Online Service Catalog as an Advertising Media for
UMKM Service Providers in Trasan, Bandongan, Magelang*

Herpindo^{1*}, Suwito Singgih², Wildan Yudhanto³ Miftahula Rizqin Nikmatullah⁴

^{1,4}Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tidar

²Pendidikan IPA, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tidar

³Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

Email : herpindo@untidar.ac.id^{*1}, suwitosinggih@untidar.ac.id², wildanyudhanto@untidar.ac.id³,
miftahula.rizqin.nikmatullah@students.untidar.ac.id⁴

Article Info

Article history :

Received : 15-09-2024

Revised : 20-09-2024

Accepted : 22-09-2024

Published: 24-09-2024

Abstract

With the rise of the micro economy and the increasing need for service providers, more and more village-owned enterprises are required to provide services. However, most of these village-owned enterprises are unable to grow quickly due to a lack of advertising. The lack of advertisements from service providers in village-owned enterprises also makes it difficult for consumers to find information about these service providers. Promotion is very important in launching and increasing sales of products or services. Promotion is very important in launching and increasing sales of products or services. The proponent of this community service program recommends a marketing method, namely the use of online catalogs to promote service provider companies. This online catalog is expected to help introduce and promote service provider companies in the Kediri area. This online catalog will contain information such as the name of the service provider business, the services provided, the location of the service provider business, and the telephone number of the service provider. The availability of this online catalog is projected to help not only service provider business owners, but also consumers. Consumers will no longer have difficulty finding the services they need because this online catalog has offered all the information related to the goods and services needed. The method of making this online catalog is divided into five stages, namely preparation, needs analysis, catalog making, implementation, and report making. It is expected that this online catalog can be a medium to attract new clients.

Keywords : catalog, UMKM, Trasan, Magelang, Web

Abstrak

Dengan bangkitnya ekonomi mikro dan meningkatnya kebutuhan akan penyedia layanan, semakin banyak badan usaha milik desa yang dituntut untuk menyediakan layanan. Namun, sebagian besar badan usaha milik desa ini tidak dapat tumbuh dengan cepat karena kurangnya iklan. Kurangnya iklan dari penyedia layanan pada badan usaha milik desa juga mempersulit konsumen untuk menemukan informasi tentang



penyedia layanan ini. Promosi sangat penting dalam meluncurkan dan meningkatkan penjualan produk atau layanan. Promosi sangat penting dalam meluncurkan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa. Pengusul program pengabdian masyarakat ini merekomendasikan sebuah metode pemasaran, yaitu penggunaan katalog online untuk mempromosikan perusahaan penyedia jasa. Katalog online ini diharapkan dapat membantu pengenalan dan promosi perusahaan penyedia jasa di wilayah Kediri. Katalog online ini akan memuat informasi seperti nama usaha penyedia jasa, jasa yang disediakan, lokasi usaha penyedia jasa, dan nomor telepon penyedia jasa. Ketersediaan katalog online ini diproyeksikan untuk membantu tidak hanya pemilik bisnis penyedia jasa, tetapi juga konsumen. Konsumen tidak akan lagi kesulitan untuk menemukan jasa yang mereka butuhkan karena katalog online ini telah menawarkan semua informasi yang terkait dengan barang jasa yang dibutuhkan. Metode pembuatan katalog online ini dibagi menjadi lima tahap yaitu persiapan, analisis kebutuhan, pembuatan katalog, implementasi, dan pembuatan laporan. Diharapkan katalog online ini dapat menjadi media untuk menarik klien baru.

Kata Kunci : Desa Trasan, Katalog, Magelang, UMKM

PENDAHULUAN

Desa Trasan merupakan akses masuk menuju Jaga kecamatan, yakni Bandongan, Kaliangkrik dan Windusari. Lokasi yang strategis tersebut memunculkan potensi yang dapat digali dan dikembangkan. Dengan jumlah penduduk 7.545 dan luas wilayah kurang lebih 276 Ha yang notabene penduduknya bermata pencaharian sebagai petani membuat wilayah ini menjadi lumbung padi di wilayah Kecamatan Bandongan (Prihaswi et al., 2023). Salah satu produk unggulan pertaniannya adalah beras bandongan yang cukup terkenal dengan cita rasa pulen. Salah satu badan milik desa yang dikelola oleh pemerintah Desa Trasan, Kabupaten Magelang adalah toko Tras Mart. Toko Tras Mart sudah dibuka sejak hari rabu 8 Desember 2020, acara grand opening direncanakan tanggal 22 Desember 2020 berketepatan peringatan hari ibu. Kades Trasan Drs. Bagawat Gita mengatakan, penggunaan dana desa untuk pembangunan BUMDes mart dilakukan melalui hasil musyawarah bersama. berharap BUMDes mart dapat mendorong ekonomi dan menampung produk-produk lokal masyarakat termasuk pelaku UMKM. Ada banyak usaha kecil dan menengah yang tumbuh di sektor mikro atau UMKM di desa Trasan, Kecamatan Bandongan seiring dengan perkembangan ekonomi (Andanawari et al., 2021). Terlepas dari keterbatasan tersebut, banyak badan usaha milik desa yang berusaha untuk tumbuh dan memantapkan diri. Faktanya adalah bahwa banyak perusahaan kecil dan menengah di desa sekarang berjuang untuk mengembangkan operasi mereka. Salah satu masalahnya adalah kurangnya dana promosi. Promosi sangat penting dalam meluncurkan dan meningkatkan penjualan produk atau layanan. Konsumen mengalami kesulitan untuk menemukan informasi tentang penyedia layanan karena kurangnya iklan dari perusahaan-perusahaan ini (Arrosyid, 2017).

Kendala yang dialami pemilik UMKM desa Trasan Kecamatan Bandongan saat ini adalah cara memasarkan produk layanan jasa tersebut. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM penyedia jasa membuat usaha mereka sulit untuk berkembang. Kurangnya promosi juga mengakibatkan ketidak tahuan konsumen untuk memanfaatkan jasa tersebut. Karena sumber daya yang terbatas, usaha kecil harus merancang strategi pemasaran yang efektif (Malau & Ginjng,



2021). Situs web adalah salah satu cara terbaik untuk menjual layanan ini. Situs web sangat ideal karena jangkauan pemasarannya tidak dibatasi oleh lokasi, ruang, atau waktu. Namun, dari perspektif yang berbeda, pembangunan situs web ini tidak sederhana atau murah. Tidak semua pengusaha bisa membangun website sendiri. Karena masalah ini, pemilik bisnis penyedia layanan berharap bahwa situs web yang disesuaikan akan membantu mereka menjual penawaran layanan mereka.

METODE PENELITIAN

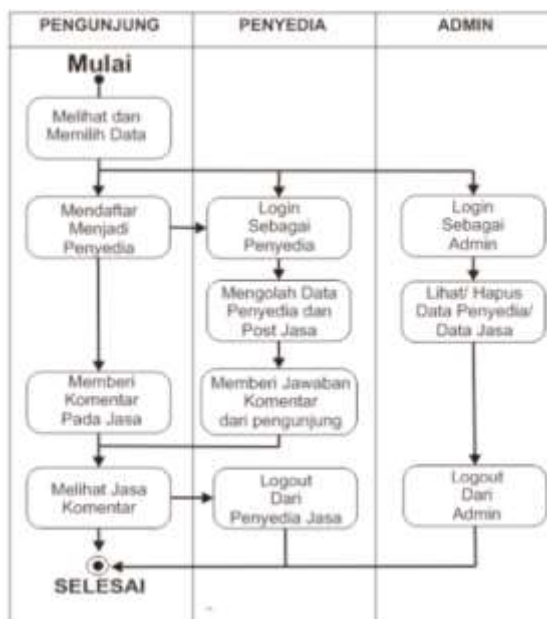
Program pengabdian masyarakat ini dilakukan di wilayah desa Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang. Waktu pelaksanaan program selama 6 bulan. Beberapa tahapan akan dilaksanakan untuk menunjang kegiatan ini sebagai berikut.

Tahap persiapan

Melakukan survey tempat dan proses persiapan program pengabdian. Dalam tahap ini pengusul menganalisis permasalahan. Pengusul melakukan penilaian terhadap permasalahan dan kondisi mitra pada tahap ini. Selanjutnya, pengusul mengembangkan solusi berbasis ipteks yang akan dipresentasikan kepada mitra untuk diimplementasikan sebagai program pengabdian IPTEK bagi masyarakat.

Tahap Analisis Kebutuhan

Pengusul, bekerja sama dengan mitra, akan menilai kebutuhan masing-masing mitra. Kebutuhan mitra dikembangkan menjadi konten untuk katalog online. Secara umum, proses bisnis yang digambarkan pada Gambar 1 dapat digunakan untuk menjelaskan katalog online ini. Proses bisnis adalah sekumpulan tindakan atau tugas terorganisir yang bekerja bersama untuk memecahkan masalah atau menciptakan produk. Pengunjung dapat mengamati dan memberikan komentar tentang layanan yang mereka inginkan pada Gambar 1. Pengunjung dapat mendacar untuk menjadi penyedia layanan. Penyedia jasa dapat melakukan login untuk mengubah profil dan jasa yang ditawarkan. Penyedia dapat melihat hasil modifikasi data yang disimpan. Admin dapat melihat dan menghapus info penyedia. Selain itu, hasil dari analisis kebutuhan ini disajikan dalam bentuk rancangan desain konten website dan *Data Flow Diagram* (DFD). DFD merupakan metode untuk mendokumentasikan pemodelan proses sebelum tahap implementasi. Langkah analisis kebutuhan selesai dilakukan agar permasalahan mitra dapat dideskripsikan dan ditangani melalui pembangunan katalog online.



Gambar 1 Proses Bisnis Katalog Online UMKM Desa Trasan

Tahap Pembuatan Website Katalog Online

Situs web katalog online akan dibuat berdasarkan hasil studi kebutuhan. Pengusul dan mitra akan berkolaborasi selama tahap pengembangan perangkat lunak untuk meninjau situs web katalog online yang akan diluncurkan. Desain katalog online dimulai dengan desain database dan desain antarmuka, yang disinkronkan dengan hasil studi kebutuhan. Arsitektur database dibuat dengan membuat Entity Relationship Diagram (ERD), yang memiliki komponen himpunan entitas dan himpunan relasi, masing-masing dengan karakteristik yang mencerminkan semua fakta dunia nyata (Khumaidi et al., 2022). Membuat database dan menampilkannya di situs web menggunakan pemrograman PHP dan MySQL adalah langkah pertama dalam membangun situs web. Situs web yang dihasilkan adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung, dan file-filenya saling terhubung. Katalog yang akan dibuat adalah sebuah situs web yang berisi informasi mengenai penyedia jasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Katalog untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan keuntungan sosial yang signifikan. Katalog tidak hanya menjadi sumber informasi tentang produk lokal, tetapi juga memudahkan masyarakat untuk mendukung ekonomi lokal. Masyarakat dapat menemukan barang-barang yang mungkin tidak mereka temukan di toko-toko besar dengan menggunakan katalog UMKM, yang menawarkan lebih banyak variasi dan pilihan. Katalog juga mendorong dan memungkinkan pemilik UMKM untuk meningkatkan visibilitas perusahaan mereka. Ada potensi untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan menciptakan identitas yang kuat bagi UMKM dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang merek lokal melalui katalog. Ketersediaan katalog



UMKM juga memberikan manfaat besar bagi masyarakat seperti kemudahan pembelian, transparansi produk yang lebih baik, dan dukungan untuk inovasi lokal. Berikut daftar UMKM yang telah tersedia katalognya di web pada tabel berikut.

Tabel 1. Daftar UMKM yang sudah memiliki katalog online

No	Nama UMKM	Jenis UMKM	Bahasa Katalog	Keterangan
1	Gudeg Bu Dwi	Usaha kuliner	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
2	Kedai Bu Mus	Usaha Kuliner	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
3	Warung Makan Mbak Yati Barokah	Usaha Kuliner	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
4	Rumah makan Padan SAKATO	Usaha Kuliner	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
5	Sambel Pecel Asli	Usaha Kuliner	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
6	Bakso Pak Dios	Usaha Kuliner	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
7	Kopi Nusantara	Usaha Kuliner	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
8	Meant Rent Car	Usaha Jasa	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
9	Persewaan Jingga Samudra	Usaha Jasa	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
10	Bengkel Pintu Mobil	Usaha Jasa	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
11	Percetakan Orbit Trasan	Usaha Jasa	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
12	Jamu Tradisional Madun	Usaha Kuliner	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia
13	Warung Makrifah	Usaha Kuliner	Indonesia dan Inggris	Katalog <i>online</i> tersedia

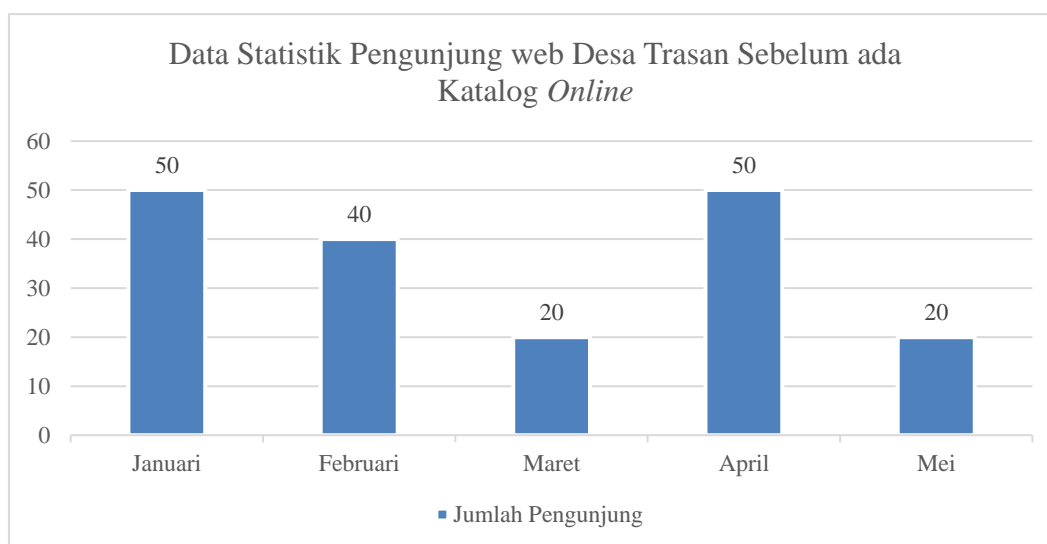
Pembuatan katalog berbasis web memberikan sejumlah manfaat yang substansial bagi usaha mikro (UMKM). Pertama-tama, katalog *online* memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar secara global, membuka peluang untuk mencapai pelanggan di berbagai wilayah tanpa terbatas oleh batasan geografis. Selain itu, dengan biaya pemasaran yang lebih rendah dibandingkan promosi konvensional, katalog web membantu UMKM dengan anggaran terbatas tetap bersaing dan meningkatkan visibilitas bisnis mereka.



Daftar Kunjungan Katalog UMKM Online Desa Trasan

Konsumen dan usaha kecil dan menengah dapat memperoleh banyak manfaat dari menelusuri katalog UMKM secara *online*. Katalog daring memberi pembeli akses yang mudah ke berbagai macam barang lokal berkualitas tinggi yang tidak dibatasi oleh waktu atau lokasi. Mereka dapat membandingkan harga, membaca ulasan, dan menemukan hal-hal yang tidak biasa yang tidak dapat diakses di toko fisik (Sari et al., 2022). Sementara itu, UMKM mendapatkan platform digital untuk mengekspos produk mereka ke audiens yang lebih besar, meningkatkan eksposur merek, dan memasuki pasar baru tanpa harus mengeluarkan biaya sewa toko yang tinggi. Menurut penelitian Wijaya (2023), 78% UMKM yang menggunakan katalog daring melaporkan kenaikan penjualan setidaknya 30% dalam enam bulan pertama.

Ketersediaan katalog UMKM di web mendorong inovasi dan persaingan. Platform digital memungkinkan peserta UMKM untuk memperbarui informasi produk dengan cepat, mengubah harga, dan beradaptasi dengan pergerakan pasar (Nugroho, 2021). Hubungan langsung dengan konsumen melalui fitur komentar atau chatting mendorong hubungan yang lebih erat dan memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan masukan penting. Hal ini konsisten dengan temuan Rahmawati dan Putri (2024), yang menemukan bahwa 65% UMKM yang menggunakan katalog web melaporkan adanya peningkatan loyalitas pelanggan. Selain itu, katalog daring mendorong kolaborasi di antara UMKM, memungkinkan mereka untuk belajar dari satu sama lain dan bahkan menghasilkan barang kolaboratif baru, sehingga meningkatkan ekosistem UMKM yang lebih luas. Berdasarkan hal tersebut, UMKM di Desa Trasan di Kecamatan Bandongan juga dapat dilihat dari statistik kunjungan di web sebelum dan sesudah adanya katalog berbasis web sebagai berikut:



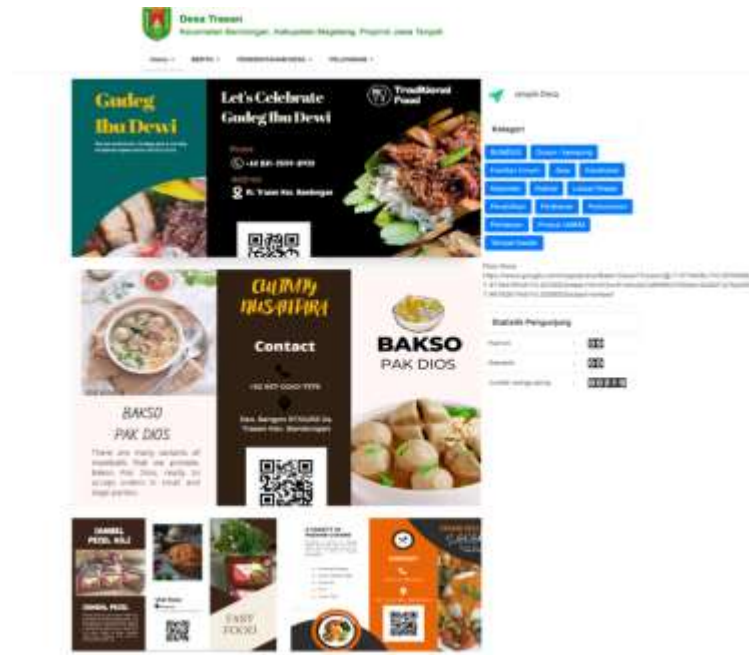
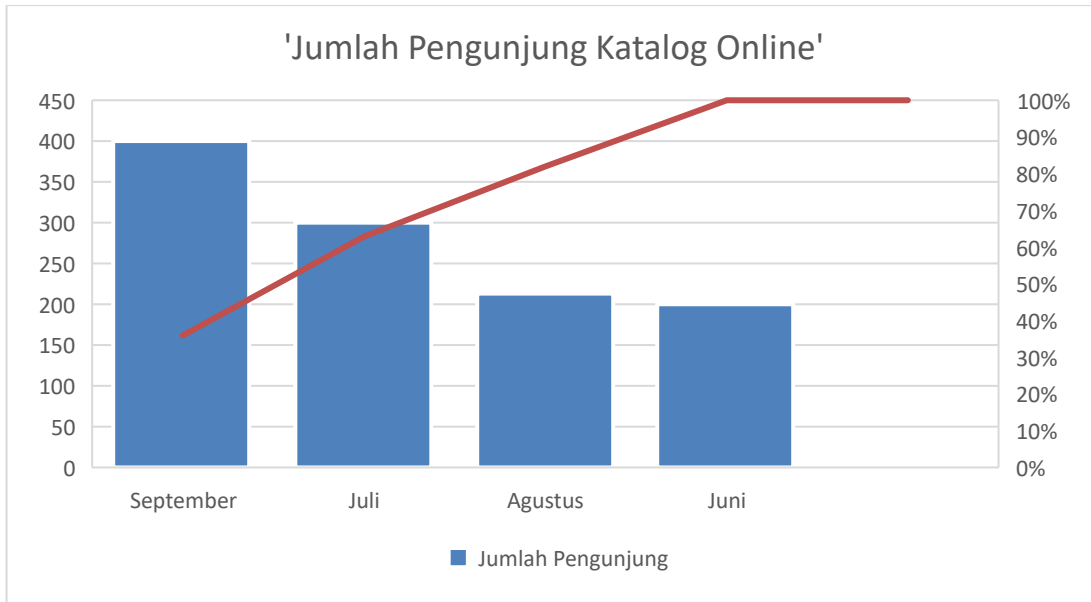
Sebelum periode digitalisasi dan pengenalan katalog UMKM online di desa Trasan, pola kunjungan pelanggan ke UMKM sangat berbeda dengan saat ini. Data survei tim pengabdian menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% UMKM yang memiliki etalase fisik yang dapat menarik lebih dari 50 pengunjung setiap harinya. Mayoritas UMKM, terutama yang berada di daerah



pedesaan atau pinggiran kota, menerima rata-rata 10-20 kunjungan setiap harinya. Hanya 5% UMKM yang mengakui menggunakan rencana pemasaran yang agresif untuk menarik pengunjung dari luar lokasi mereka. Kendala ini menyebabkan variasi yang signifikan dalam jumlah pengunjung, dengan penurunan hingga 40% selama musim sepi. Dibandingkan dengan katalog internet saat ini, di mana UMKM dapat menjangkau.

Perpindahan UMKM ke platform digital, termasuk penggunaan katalog online, merupakan pergeseran yang signifikan di sektor usaha kecil dan menengah di Indonesia. Menurut Prasetyo dan Kusumawati (2020), pada fase awal adopsi e-katalog antara tahun 2018 dan 2019, hanya 12% UMKM yang ikut serta dalam upaya digitalisasi pemerintah. Namun, mereka melaporkan peningkatan rata-rata 40% dalam jangkauan klien potensial selama enam bulan pertama penggunaan platform digital. Selain itu, Santoso et.al. (2021) menemukan bahwa UMKM yang menggunakan katalog daring mengalami peningkatan penjualan sebesar 25-30% dibandingkan sebelum digitalisasi. Menariknya, Widodo dan Pratama (2022) menemukan bahwa jumlah pengunjung fisik ke toko UMKM berkurang 15% setelah pengenalan katalog online.

Ketersediaan Katalog *online* di Desa Trasan yang telah dibuat oleh Herpindo, et al (2023) telah sampai pada tahap input di web. Sejak diperkenalkannya katalog online di laman <https://trasan-magelang.desa.id>, dunia bisnis di desa Trasan telah mengalami banyak perubahan. Konsumen sekarang memiliki fleksibilitas belanja yang luar biasa. Mereka tidak lagi dibatasi oleh waktu atau geografi karena mereka dapat melihat katalog produk kapan saja dan dari lokasi mana saja dengan menggunakan perangkat digital. Proses pencarian dan perbandingan produk menjadi jauh lebih efisien, memungkinkan untuk menelusuri ribuan produk dalam hitungan menit. Pelanggan juga mendapatkan informasi produk yang lebih lengkap, seperti spesifikasi yang tepat, ulasan pengguna, dan bahkan video demonstrasi, sehingga mereka dapat membuat keputusan pembelian yang lebih cerdas. Hal ini juga terlihat dari data statistik pengunjung yang meningkat yang dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 2: Ketersediaan Katalog UMKM Dwi Bahasa di laman <https://trasan-magelang.desa.id>

Pemasangan katalog berbasis web untuk UMKM Desa Trasan telah menghasilkan perubahan substansial dalam cara perusahaan mikro menjual produk mereka. Dengan platform digital ini, perusahaan-perusahaan UMKM di desa tersebut kini memiliki peluang besar untuk mengekspos produk mereka ke pasar yang lebih besar, mengatasi hambatan geografis yang sebelumnya tidak dapat diatasi. Katalog online berfungsi sebagai toko virtual untuk konsumen



potensi dari seluruh penjur, membuka kemungkinan pertumbuhan yang sebelumnya tidak tersedia bagi perusahaan skala kecil di lokasi pedesaan.

Selain meningkatkan jangkauan pasar, katalog web memberikan alternatif pemasaran yang lebih hemat biaya untuk UMKM Desa Trasan. Dibandingkan dengan taktik promosi tradisional, yang dapat melibatkan investasi besar, platform digital ini memungkinkan perusahaan untuk memamerkan barang-barang mereka dengan biaya yang jauh lebih rendah. Efektivitas biaya ini sangat berguna bagi UMKM, yang sering kali beroperasi dengan modal kecil, sehingga mereka dapat menggunakan sumber daya dengan lebih bijak. Hasilnya, perusahaan-perusahaan kecil di Desa Trasan kini memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing di pasar yang lebih besar, meningkatkan eksposur merek, dan mungkin memperluas basis klien mereka tanpa harus mengeluarkan biaya pemasaran yang signifikan.

KESIMPULAN

Pembuatan katalog berbasis web UMKM Desa Trasan memberikan sejumlah manfaat yang substansial bagi usaha mikro (UMKM). Pertama-tama, katalog online memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar secara global, membuka peluang untuk mencapai pelanggan di berbagai wilayah tanpa terbatas oleh batasan geografis. Selain itu, dengan biaya pemasaran yang lebih rendah dibandingkan promosi konvensional, katalog web membantu UMKM Desa Trasan dengan anggaran terbatas tetap bersaing dan meningkatkan visibilitas bisnis bagi pelaku UMKM Desa Trasan.

Kemudahan dalam memperbarui informasi produk, harga, dan promosi secara real-time adalah keunggulan lain yang dimiliki oleh katalog berbasis web. Hal ini memberikan fleksibilitas kepada UMKM Desa Trasan untuk menyesuaikan penawaran mereka sesuai dengan perubahan pasar atau tren dengan cepat. Selain itu, fitur interaktif seperti formulir pemesanan dan ulasan pelanggan meningkatkan keterlibatan pelanggan, menciptakan interaksi langsung antara UMKM dan konsumen.

Katalog *online* juga menyediakan alat analisis yang dapat membantu UMKM Desa Trasan melacak kinerja produk, perilaku konsumen, dan tren penjualan. Informasi ini dapat digunakan untuk pengambilan keputusan strategis dan peningkatan efektivitas pemasaran. Dengan optimasi untuk mesin pencari (SEO), katalog *online* membantu UMKM Desa Trasan lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan dalam hasil pencarian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Tidar yang telah mendanai kegiatan PKM Pengabdian Tematik Berbasis SDGs (PTBS). Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh jajaran pemerintahan Desa Trasan Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang yang telah mendukung kegiatan PKM ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Andanawari, S., HartaJ, P., & SuharJ, S. (2021). Analisis Pendapatan Usaha Ternak IJk Petelur (Studi Kasus di Desa Kedungsari dan Desa Trasan Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang). *Jurnal Pengembangan Penyuluhan Pertanian*, 18(33). <https://doi.org/10.36626/jppp.v18i33.61>
- Arrosyid, A. Z. (2017). Resistensi Petani Terhadap Penjualan dan Persewaan Sawah Kepada Warga Luar Desa (Studi Kasus di Desa Trasan Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang Jawa Tengah). *SINTESA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(2).
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2016). Profil Usaha Mikro Kecil 2015. Jakarta: BPS. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33985.10084>
- Herpindo, Suwito Singgih, Muhammad Nur Hanif, Wildan Yudhanto, & Muhammad Nur Afiq. (2023). Literasi Digital Pembuatan Deskripsi Katalog Dwibahasa Produk UMKM di Desa Trasan, Kabupaten Magelang. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 1(4), 417–423. Retrieved from <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple/article/view/127>
- Hermawan, A., & Suryono, Y. (2019). Pola Kunjungan Konsumen UMKM: Studi Longitudinal 2015-2018. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(2), 104-118. <https://doi.org/10.9744/jmk.21.2.104-118>
- Khumaidi, A., Suyono, S., Puspita, D., & Anggraeni, L. (2022). Pemanfaatan Web Online Single Submission (OSS) Untuk Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Pada UMKM Tanggamus. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.32877/nr.v2i1.568>
- Malau, L. R. E., & GinJng, Y. A. (2021). Analisis Pendapatan dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Penerapan System Rice of IntensificaJon (SRI) di Desa Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*, 9(01). <https://doi.org/10.24843/jma.2021.v09.i01.p07>
- Nugroho, A. (2021). Peran Digitalisasi dalam Pengembangan UMKM Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 112-128. <https://doi.org/10.1234/jeb.2021.15.2.112>
- Prasetyo, A., & Kusumawati, A. (2020). Adopsi E-Katalog dalam UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 19(1), 59-79. <https://doi.org/10.12695/jmt.2020.19.1.4>
- Prihastiwi, D. A., Astutik, E. P., & Retnosari, R. (2023). Pelajhan “Pepak Jatra” Pengemasan, Branding, dan Sistem Pembukuan Sederhana pada Jamu Tradisional Desa Trasan Kabupaten Magelang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 3(1). <https://doi.org/10.59818/jpm.v3i1.343>
- Rahmawati, D., & Putri, L. (2024). Analisis Dampak Penggunaan Katalog Web terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 45-60. <https://doi.org/10.5678/jmp.2024.8.1.45>



- Rahmawati, D., & Putri, L. (2024). Analisis Dampak Penggunaan Katalog Web terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 45-60. <https://doi.org/10.5678/jmp.2024.8.1.45>
- Santoso, I., Yusuf, M., & Rembulan, G. D. (2021). Pengaruh Adopsi E-Katalog terhadap Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknik Industri*, 23(1), 45-58. <https://doi.org/10.9744/jti.23.1.45-58>
- Sari, R., Hidayat, T., & Prasetyo, Y. (2022). Efektivitas Katalog Online dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 7(3), 201-215. <https://doi.org/10.9101/jrem.2022.7.3.201>
- Tambunan, T. (2017). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. In W. Manurung (Ed.), *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting* (pp. 11-43). Jakarta: LP3ES. <https://doi.org/10.6027/9789279948510-3-id>
- Wicaksono, G., Nuvriasari, A., & Suharno. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi UMKM dalam Penggunaan Media Digital untuk Pemasaran. *Jurnal Economia*, 14(1), 89-104. <https://doi.org/10.21831/economia.v14i1.19361>
- Widodo, S., & Pratama, A. F. (2022). Pergeseran Pola Konsumsi dan Implikasinya terhadap Strategi UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 22(2), 215-230. <https://doi.org/10.21002/jepi.v22i2.1348>
- Wijaya, S. (2023). Pengaruh Adopsi E-katalog terhadap Performa Bisnis UMKM di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen*, 12(4), 320-335. <https://doi.org/10.3456/jsim.2023.12.4.320>