

IMPLEMENTASI DIGITAL KATALOG DAN SIGNAGE BOX UNTUK PRODUK UMKM KWT DEWI SRI BOJONGSOANG

Robbi Hendriyanto¹, Erna Hikmawati², Heru Nugroho³, Rixard George Dillak⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

e-mail: robbi@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kelompok Wanita Tani (KWT) Dewi Sri 09 GBA 2 Bojongsoang, Kabupaten Bandung, merupakan komunitas perempuan pelaku UMKM yang aktif dalam memproduksi dan memasarkan hasil pertanian serta kerajinan lokal. Namun, keterbatasan dalam promosi dan penyebaran informasi produk menjadi tantangan utama dalam meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung transformasi digital promosi produk melalui implementasi Digital Katalog dan Signage Box sebagai media komunikasi visual yang mudah diakses dan dikelola secara mandiri. Metode yang digunakan meliputi identifikasi kebutuhan, perancangan konten digital, pengembangan sistem katalog berbasis daring, serta pelatihan teknis dan pendampingan langsung kepada anggota KWT. Kegiatan telah dilaksanakan pada 3 Juni 2025 di Telkom University dengan antusiasme tinggi dari peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa anggota KWT mampu memahami cara kerja sistem katalog digital dan signage box, serta dapat mengelola konten promosi produk secara mandiri. Kesimpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa teknologi tepat guna seperti digital katalog dan signage box efektif dalam meningkatkan visibilitas UMKM, memperkuat identitas digital komunitas, dan menjadi model pemberdayaan perempuan berbasis teknologi di wilayah perdesaan.

Kata kunci: Digital Katalog, Signage Box, UMKM, KWT Dewi Sri, Promosi Produk Digital

Abstract

Women Farmers Group (Kelompok Wanita Tani/KWT) Dewi Sri 09 GBA 2 Bojongsoang, Bandung Regency, is a community of women entrepreneurs actively producing and marketing agricultural and local craft products. However, limited promotional capacity and poor access to digital marketing channels remain major challenges in enhancing their product competitiveness. This community service program aims to support digital transformation in product promotion by implementing a Digital Catalog and Signage Box as accessible and independently manageable visual communication tools. The method used involved needs identification, digital content design, development of an online catalog system, and technical training and mentoring for KWT members. The activity was held on June 3, 2025, at Telkom University and was enthusiastically attended by community members. The results showed that KWT members were able to understand the operation of the digital catalog and signage box systems, and were capable of managing their promotional content independently. In conclusion, appropriate technologies such as digital catalogs and signage boxes have proven effective in increasing the visibility of micro-enterprises, strengthening the digital identity of rural communities, and serving as a model for women's empowerment through technology.

Keywords: Digital Catalog, Signage Box, MSMEs, Dewi Sri Women Farmers Group, Digital Product Promotion

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia, karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, di tengah perkembangan era digital, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek pemasaran dan transformasi digital (Indrajaya, Primasyah, Yulianti, Rosmiati, & Sova, 2022). Rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses terhadap teknologi menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar lokal maupun global (Pujiyanto, Rahman, Lindawati, Kenamon, & Efrianti, 2022).

Salah satu bentuk inovasi digital yang potensial untuk mendukung promosi UMKM adalah pemanfaatan katalog digital dan signage box. Digital katalog memungkinkan penyajian produk secara profesional dan mudah diakses secara daring, sementara signage box menyediakan media komunikasi visual dinamis di lokasi strategis yang menjangkau konsumen langsung (Prameswari, Krisnawati,

Widagdo, & Luthfia, 2023). Teknologi ini telah terbukti meningkatkan visibilitas dan persepsi profesional terhadap produk UMKM, khususnya yang berada di daerah non-perkotaan.

Kegiatan pengabdian ini berangkat dari kondisi nyata yang dihadapi oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Dewi Sri 09 GBA 2 Bojongsoang, Kabupaten Bandung. Sebagai komunitas perempuan pelaku UMKM yang aktif dalam produksi pertanian dan kerajinan, KWT ini memiliki potensi besar, namun masih menghadapi tantangan dalam hal promosi produk secara efektif dan berkelanjutan. Metode promosi konvensional yang mereka gunakan (misalnya pamflet, brosur, dan spanduk manual) tidak lagi efektif dalam menjangkau target pasar yang lebih luas dan digital-savvy.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, implementasi Digital Katalog dan Signage Box menjadi solusi yang relevan untuk membantu KWT Dewi Sri 09 dalam meningkatkan visibilitas produk mereka. Digital katalog dapat digunakan sebagai platform untuk memamerkan produk secara online dengan desain yang menarik dan informatif, sementara signage box dapat menjadi alat komunikasi visual offline yang modern dan interaktif untuk menarik perhatian pelanggan di lokasi penjualan.

Namun, penerapan teknologi ini memerlukan pengetahuan dan keterampilan teknis yang belum sepenuhnya dimiliki oleh anggota KWT Dewi Sri 09. Oleh karena itu, program ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada anggota kelompok agar mereka dapat memanfaatkan Digital Katalog dan Signage Box secara optimal. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk, memperkuat identitas merek, serta mendukung pemberdayaan ekonomi komunitas di Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung.

Melalui penerapan teknologi ini, KWT Dewi Sri 09 tidak hanya akan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal, tetapi juga berpotensi menjadi model bagi kelompok UMKM lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha. Program ini juga selaras dengan upaya pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM guna mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan teknologi tepat guna untuk meningkatkan kapasitas promosi digital bagi anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Dewi Sri 09 GBA 2 Bojongsoang. Secara umum tahapan pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Tahap awal kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui observasi dan diskusi dengan pengurus KWT untuk memahami kondisi promosi yang sedang berjalan, serta mengevaluasi kesiapan komunitas dalam mengadopsi media promosi digital. Ditemukan bahwa selama ini promosi produk masih dilakukan secara konvensional dan belum optimal menjangkau masyarakat luas.

Solusi yang ditawarkan adalah pemanfaatan dua media utama: katalog digital berbasis Google Business Profile dan website resmi KWT Dewi Sri, serta signage box berupa papan nama fisik yang dipasang di lokasi strategis komunitas. Google Business Profile digunakan untuk memperkuat eksistensi online KWT Dewi Sri di mesin pencari dan Google Maps, sementara website yang telah dikembangkan sebelumnya dimutakhirkan dengan konten katalog produk, profil KWT, dan kegiatan terkini. Website tersebut dikelola menggunakan platform berbasis CMS agar mudah diperbarui oleh pengurus KWT.

Signage box dirancang sebagai papan nama visual berisi informasi identitas KWT yang ditempatkan di area publik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat sekitar. Media ini dicetak menggunakan bahan yang tahan cuaca untuk penggunaan jangka panjang.



Gambar 2. Pemaparan Materi Narasumber

Pelatihan dilakukan secara luring dalam bentuk workshop teknis pada tanggal 3 Juni 2025 di Ruang Multimedia Fakultas Ilmu Terapan, Telkom University. Materi pelatihan mencakup:

1. Pembuatan dan pengelolaan Google Business Profile
2. Strategi pembaruan konten pada website KWT
3. Praktik mengisi informasi produk dan visual promosi digital

Metode ini dirancang untuk mendorong transfer keterampilan praktis dan berkelanjutan, dengan pelibatan aktif masyarakat dalam setiap tahap pelaksanaan sebagai bentuk pemberdayaan komunitas secara digital dan visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

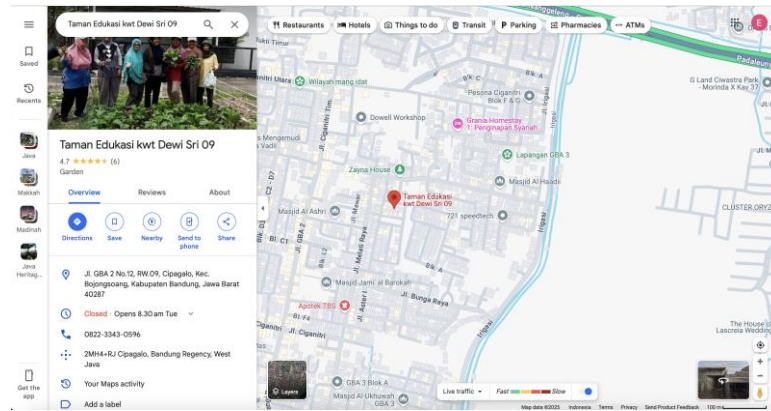
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada tanggal 3 Juni 2025 di Ruang Multimedia, Fakultas Ilmu Terapan, Telkom University, dengan dihadiri oleh 21 orang anggota KWT Dewi Sri 09 GBA 2 Bojongsoang. Kegiatan berlangsung interaktif, dimulai dengan sesi pengenalan pentingnya transformasi digital dalam promosi produk UMKM, dilanjutkan dengan pelatihan teknis terkait pengelolaan Google Business Profile, pembaruan konten di website KWT Dewi Sri, dan penggunaan signage box fisik sebagai media promosi offline.

Gambar 1 menunjukkan foto bersama peserta dan tim pengabdian se usai pelatihan:



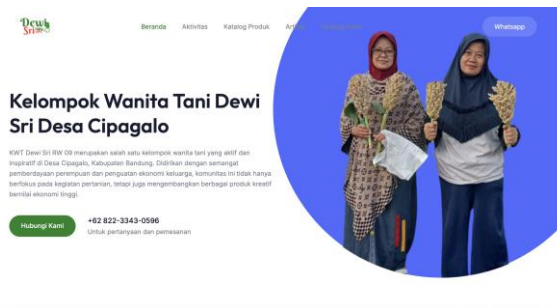
Gambar 3. Foto Bersama Setelah Kegiatan Pelatihan

Sebagai bagian dari hasil kegiatan, Google Business Profile telah diaktifkan dengan nama resmi "KWT Dewi Sri 09 GBA 2 Bojongsoang", yang dapat ditemukan melalui pencarian di Google dan Google Maps. Informasi yang ditampilkan mencakup deskripsi kegiatan KWT, alamat, foto produk, serta jam operasional.



Gambar 4. Halaman Google My Business

Selain itu, halaman website resmi KWT Dewi Sri juga telah diperbarui. Halaman ini menampilkan katalog produk unggulan, kegiatan komunitas, serta informasi kontak dan galeri kegiatan.



Gambar 5. Halawam Website KWT Dewi Sri

Untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan, peserta diminta mengisi kuesioner kepuasan berbasis skala Likert 1–5 yang mencakup 5 indikator dengan hasil yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Kuisisioner Kepuasan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

| No | Pernyataan | STS (%) | TS (%) | N (%) | S (%) | SS (%) |
|----|--|---------|--------|-------|-------|--------|
| 1 | Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta | 0 | 0 | 0 | 24 | 76 |
| 2 | Fasilitator menyampaikan materi dengan baik dan mudah dipahami | 0 | 0 | 0 | 48 | 52 |
| 3 | Materi yang diberikan mudah dipahami dan aplikatif | 0 | 0 | 0 | 14 | 86 |
| 4 | Kegiatan pelatihan bermanfaat bagi pengembangan usaha UMKM | 0 | 0 | 0 | 5 | 95 |
| 5 | Secara umum, saya puas dengan kegiatan pelatihan ini | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 |

Berdasarkan tabel 1, tingkat kepuasan peserta mencapai 96.38%. Tingginya tingkat kepuasan peserta menunjukkan bahwa metode pelatihan dan materi yang diberikan telah sesuai dengan kebutuhan dan latar belakang peserta. Pendekatan praktis yang digunakan terbukti efektif meningkatkan pemahaman peserta terhadap platform digital seperti Google Business dan website katalog. Selain itu, kehadiran signage box fisik memperkuat keterhubungan antara promosi offline dan akses digital.

Kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa dengan pendampingan yang tepat, komunitas perempuan di lingkungan perdesaan dapat menjadi aktor utama dalam transformasi digital UMKM mereka. Hal ini sejalan dengan temuan Prameswari et al. (2023), bahwa visualisasi dan

profesionalisasi katalog digital berdampak pada daya saing dan persepsi pelanggan terhadap produk UMKM (Prameswari dkk., 2023).

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) Dewi Sri 09 GBA 2 Bojongsoang berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi produk UMKM. Melalui pendampingan terhadap pengelolaan Google Business Profile, pembaruan konten pada website KWT, serta pemasangan signage box fisik, komunitas mendapatkan solusi konkret untuk meningkatkan visibilitas produk mereka baik secara daring maupun luring.

Hasil kuesioner kepuasan menunjukkan bahwa kegiatan ini sangat diapresiasi oleh peserta, dengan rata-rata tingkat kepuasan mencapai 96.38%, menandakan bahwa materi pelatihan, metode penyampaian, serta manfaat kegiatan dinilai sangat relevan dan bermanfaat.

Program ini menunjukkan bahwa teknologi sederhana dan tepat guna seperti katalog digital dan signage fisik dapat menjadi alat yang efektif dalam mendorong pemberdayaan perempuan pelaku UMKM di perdesaan. Pendekatan pelatihan langsung, pelibatan komunitas, dan pendampingan teknis berperan penting dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan program. Kegiatan ini dapat direplikasi di komunitas serupa untuk memperluas dampak pemberdayaan digital secara inklusif.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, disarankan agar program serupa dapat dilanjutkan dengan penguatan literasi digital lanjutan, khususnya dalam aspek manajemen konten visual, pemanfaatan media sosial secara strategis, serta teknik copywriting untuk katalog produk. Pelatihan lanjutan tersebut akan membantu KWT untuk lebih kompetitif di pasar digital yang semakin dinamis.

Selain itu, diperlukan kolaborasi berkelanjutan antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan komunitas dalam memelihara dan mengembangkan platform digital yang telah dibangun, agar tidak hanya menjadi solusi jangka pendek, tetapi benar-benar terintegrasi dalam aktivitas promosi harian komunitas.

Terakhir, untuk mendukung keberlanjutan program, direkomendasikan agar komunitas memiliki penanggung jawab khusus dalam pengelolaan konten katalog digital dan signage fisik, serta dilakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas media promosi ini dalam menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPM) Universitas Telkom yang telah memberi dukungan finansial sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). PERAN E - BISNIS DALAM PENGEMBANGAN UMKM. *JURNAL ECONOMINA*, 1(2), 239–247. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.73>
- Prameswari, N. S., Krisnawati, M., Widagdo, P. B., & Luthfia, K. H. (2023). DESAIN E-KATALOG UMKM FESYEN “WOMANPRENEUR COMMUNITY” SURAKARTA DALAM TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL. *Fashion and Fashion Education Journal*, 12(2), 39–53. <https://doi.org/10.15294/ffej.v12i2.74315>
- Pujianto, P., Rahman, A., Lindawati, L., Kenamon, M., & Efrianti, R. (2022). PERANCANGAN PLATFORM INKUBATOR BISNIS SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KOMPETENSI PELAKU UMKM UNTUK MENGERAKAN PEREKONOMIAN INDONESIA. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 5(2), 127. <https://doi.org/10.21927/ijubi.v5i2.2668>