

PELATIHAN PEMBUATAN KATALOG PRODUK DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI DAN PENJUALAN UMKM DI LUBUK BEGALUNG PADANG

Nofritar¹⁾ Yuliarman Mahmuddin²⁾, Robby Dharma³⁾

¹ Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email : penulis nofritar@upiyptk.ac.id, yuliarman_mahmuddin@upiyptk.ac.id, robby_dharma@upiyptk.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Pelatihan Pembuatan Katalog Produk Digital untuk Meningkatkan Promosi dan Penjualan UMKM di Lubuk Begalung Padang” bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi produk. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah masih rendahnya pengetahuan dan keterampilan dalam membuat katalog produk yang menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan pembuatan katalog produk digital menggunakan aplikasi desain yang mudah digunakan. Materi pelatihan meliputi teknik pengambilan foto produk, pengaturan tata letak, pemilihan warna dan tipografi, serta strategi promosi melalui media sosial dan platform digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu membuat katalog produk digital yang lebih menarik dan efektif sebagai media promosi usaha. Selain itu, peserta juga mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital untuk memperluas pemasaran produk dan meningkatkan daya saing usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan promosi dan penjualan produk secara lebih optimal di era digital.

Kata kunci: Katalog Digital, UMKM, Promosi Digital, Pemasaran Produk, Pelatihan.



Karya ini dilisensikan di bawah [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah memberikan perubahan besar terhadap pola pemasaran dan promosi produk, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemanfaatan media digital saat ini menjadi salah satu strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran produk dan meningkatkan daya saing usaha. Media promosi digital seperti katalog produk elektronik, media sosial, marketplace, dan platform online lainnya telah menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif. Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal, terutama dalam pembuatan katalog produk digital yang menarik dan informatif. UMKM di wilayah Lubuk Begalung Padang memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan usaha lokal, baik pada bidang kuliner, fashion, kerajinan, maupun produk rumah tangga. Akan tetapi, sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan metode promosi konvensional yang terbatas pada pemasaran langsung dan komunikasi dari mulut ke mulut. Kondisi tersebut menyebabkan produk yang dipasarkan kurang dikenal secara luas dan memiliki keterbatasan dalam menjangkau konsumen di luar lingkungan sekitar. Selain itu, kurangnya keterampilan dalam penggunaan aplikasi desain grafis dan pengelolaan media digital menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan promosi usaha berbasis digital.

Di Ajukan 12 Juni 2026– Diterima 10 Juli 2026– Diterbitkan 31 Juli 2026

Diterbitkan Oleh :

Beberapa penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital dapat meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan produk UMKM. Pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi digital mampu meningkatkan kreativitas dan kemampuan pelaku usaha dalam membuat media promosi yang menarik [1]. Selain itu, penggunaan katalog digital juga dinilai lebih praktis, mudah dibagikan melalui media sosial, dan mampu memberikan informasi produk secara lebih lengkap kepada konsumen [2]. Hasil penelitian lainnya menjelaskan bahwa pemasaran digital dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha serta memperluas pasar secara lebih efektif [3]. Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan dalam penerapan teknologi digital di kalangan UMKM, khususnya pada kemampuan membuat katalog produk yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran modern. Sebagian besar pelaku UMKM belum memahami teknik dasar desain katalog, pengambilan foto produk, pengaturan tata letak, pemilihan warna, maupun strategi penyajian informasi produk yang menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pelatihan yang dapat memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM dalam membuat katalog produk digital secara mandiri.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan sebagai bentuk upaya untuk membantu pelaku UMKM di Lubuk Begalung Padang dalam meningkatkan kualitas promosi produk melalui pemanfaatan teknologi digital. Pelatihan ini difokuskan pada pembuatan katalog produk digital menggunakan aplikasi desain yang mudah digunakan sehingga dapat diterapkan secara langsung oleh peserta. Selain memberikan materi teori, kegiatan ini juga menekankan praktik langsung dan pendampingan dalam proses pembuatan katalog produk. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat katalog produk digital yang menarik, informatif, dan efektif sebagai media promosi usaha. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membantu pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai strategi pemasaran modern guna meningkatkan promosi dan penjualan produk. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih siap menghadapi perkembangan ekonomi digital serta mampu meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan.

METODE PENGABDIAN

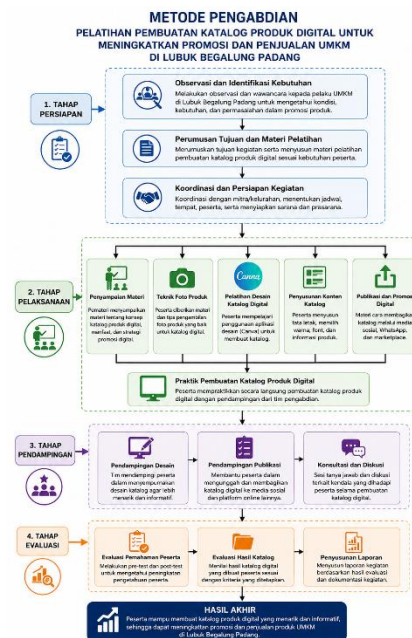
Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan secara langsung kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Lubuk Begalung Padang. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan pemahaman teoritis sekaligus keterampilan praktis kepada peserta dalam membuat katalog produk digital sebagai media promosi usaha. Kegiatan dirancang secara sistematis mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan pelatihan, praktik pembuatan katalog produk, hingga evaluasi hasil kegiatan.

Rancangan kegiatan pengabdian terdiri dari beberapa tahapan, yaitu identifikasi permasalahan mitra, penyusunan materi pelatihan, penyampaian materi, demonstrasi penggunaan aplikasi desain, praktik langsung pembuatan katalog digital, serta pendampingan peserta selama proses pelatihan berlangsung. Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara sederhana kepada pelaku UMKM untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam promosi produk. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih menggunakan metode promosi konvensional dan belum memiliki kemampuan dalam membuat katalog produk digital yang menarik dan informatif. Ruang lingkup kegiatan difokuskan pada peningkatan keterampilan peserta dalam membuat katalog produk digital menggunakan aplikasi desain yang mudah dioperasikan, seperti Canva dan aplikasi editing sederhana lainnya. Materi pelatihan meliputi teknik pengambilan foto produk, pengaturan tata

letak katalog, pemilihan warna dan tipografi, penyusunan informasi produk, serta teknik publikasi katalog melalui media sosial dan platform digital. Objek kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM di Lubuk Begalung Padang yang bergerak di berbagai bidang usaha, seperti kuliner, fashion, dan produk kerajinan.

Bahan dan alat utama yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi laptop, smartphone, aplikasi desain grafis, jaringan internet, modul pelatihan, proyektor, dan perangkat pendukung lainnya. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di salah satu lokasi pertemuan masyarakat di wilayah Lubuk Begalung Padang dengan metode pembelajaran berupa ceramah, demonstrasi, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan intensif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan evaluasi hasil praktik peserta. Observasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keterampilan peserta selama pelatihan berlangsung. Dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto kegiatan dan hasil katalog digital yang dibuat peserta. Evaluasi kegiatan dilakukan berdasarkan kemampuan peserta dalam menghasilkan katalog produk digital yang menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan promosi usaha.

Teknik analisis yang digunakan dalam kegiatan ini adalah analisis deskriptif, yaitu dengan membandingkan kondisi peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi produk. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu membantu pelaku UMKM meningkatkan kualitas promosi dan memperluas pemasaran produk melalui pemanfaatan katalog produk digital.



Gambar 1. Metode Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “*Pelatihan Pembuatan Katalog Produk Digital untuk Meningkatkan Promosi dan Penjualan UMKM di Lubuk Begalung Padang*” telah dilaksanakan dengan baik dan mendapatkan respon positif dari

peserta. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di berbagai bidang usaha seperti kuliner, fashion, kerajinan, dan produk rumah tangga. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat katalog produk digital yang menarik dan efektif sebagai media promosi usaha di era digital.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing usaha. Pada tahap ini peserta diberikan pemahaman mengenai perkembangan promosi digital, manfaat katalog produk digital, serta strategi pemasaran melalui media sosial dan platform online. Selanjutnya, peserta diberikan pelatihan penggunaan aplikasi Canva dan beberapa aplikasi pendukung lainnya untuk membuat katalog produk digital. Materi yang diberikan meliputi teknik pengambilan foto produk, pengaturan tata letak desain, pemilihan warna dan tipografi, penyusunan informasi produk, hingga teknik publikasi katalog melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Selama pelatihan berlangsung, peserta terlihat aktif mengikuti praktik secara langsung menggunakan smartphone dan laptop masing-masing.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat katalog produk digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta masih menggunakan metode promosi konvensional dan belum memahami teknik desain katalog yang menarik. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai mampu membuat katalog produk digital yang lebih informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan promosi usaha. Selain itu, peserta juga mampu mengatur tampilan produk secara lebih profesional sehingga dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Berikut merupakan hasil evaluasi tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan.

Tabel 1. Peningkatan Pemahaman Peserta

No	Indikator Penilaian	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
1	Pemahaman katalog digital	48%	90%
2	Kemampuan desain katalog	42%	88%
3	Teknik foto produk	45%	85%
4	Pemanfaatan media sosial	55%	92%
5	Strategi promosi digital	50%	91%

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa terjadi peningkatan kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Peningkatan terbesar terlihat pada pemanfaatan media sosial dan pemahaman strategi promosi digital. Hal ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya penggunaan media digital sebagai sarana promosi usaha yang efektif dan efisien. Selain itu, peserta juga terlihat lebih percaya diri dalam membuat media promosi produk secara mandiri tanpa harus menggunakan jasa desain dari pihak lain.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital dapat meningkatkan efektivitas promosi dan pemasaran produk UMKM. Pelatihan desain katalog digital juga dinilai mampu meningkatkan kreativitas dan keterampilan pelaku usaha dalam membuat konten promosi yang lebih menarik dan informatif. Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini dinilai efektif dalam membantu pelaku UMKM meningkatkan kualitas promosi produk serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital.



Gambar 2. Dokumentasi PKM

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul *“Pelatihan Pembuatan Katalog Produk Digital untuk Meningkatkan Promosi dan Penjualan UMKM di Lubuk Begalung Padang”* telah dilaksanakan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi peserta. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam membuat katalog produk digital yang menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan promosi usaha di era digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam penggunaan aplikasi desain digital, teknik penyusunan katalog produk, pengambilan foto produk, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Peserta juga mampu menghasilkan katalog produk digital yang dapat digunakan secara langsung untuk mendukung kegiatan pemasaran usaha masing-masing. Selain itu, pelatihan ini meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya promosi digital dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing produk UMKM.

Berdasarkan hasil evaluasi dan pembahasan, kegiatan pelatihan ini dinilai efektif dalam membantu pelaku UMKM mengembangkan keterampilan digital secara praktis dan produktif. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM di Lubuk Begalung Padang mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan kualitas promosi dan penjualan produk secara berkelanjutan. Kegiatan serupa juga diharapkan dapat terus dikembangkan dengan materi yang lebih mendalam dan jangkauan peserta yang lebih luas agar manfaatnya dapat dirasakan oleh lebih banyak pelaku usaha. Selain memberikan peningkatan keterampilan teknis, kegiatan pelatihan ini juga mampu meningkatkan motivasi dan kreativitas peserta dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Peserta mulai memahami bahwa katalog produk digital dapat menjadi salah satu strategi pemasaran modern yang efektif dalam menarik minat konsumen dan membangun citra usaha yang lebih profesional. Pemanfaatan teknologi digital dalam promosi produk juga memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah pemasaran konvensional.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan kemampuan digital pelaku UMKM di Lubuk Begalung Padang. Melalui pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan, peserta diharapkan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Dengan meningkatnya kemampuan promosi digital, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pemasaran produk, serta mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat berbasis digital di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Penulisan naskah dan kutipan yang diacu dalam naskah ini dianjurkan menggunakan pengelola referensi seperti Mendeley , Zotero , Reffwork , Endnote dan lain-lain .

- [1] Noor, I. H. (2010). Pengabdian dan pengabdian masyarakat pada perguruan tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 16(3), 285-297.
- [2] Dalis, S. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Lembaga Pengabdian Dan Pengabdian Masyarakat Berbasis Web. *Paradigma*, 19(1), 1-8.
- [3] Aisyah, C., Fauzan, M., Hartanto, D., & Yuandika, T. (2025). Pelatihan desain grafis dan videografi sebagai media pendukung proses pembelajaran. *Wahana Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 93–98.
- [4] Arifin, Z., & Nugroho, A. (2022). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 5(1), 45–53.
- [5] Bakhri, S., Hanif, A., Hendrian, Y., & Martanto, M. L. (2024). Pelatihan pemasaran digital untuk promosi produk pada Forum UMKM IKM Kabupaten Bogor. *Jurnal Abdimas Teknologi Informatika dan Komputer*, 1(2).
- [6] Devi, N. K. T. N., Cipta, I. P. A. E. Y., Aryawan, I. K. B. M., Wiardani, I. N. K. N. P., & Celvina. (2024). Peningkatan daya saing UMKM sarana upakara melalui digitalisasi katalog produk dan strategi pemasaran berbasis digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 5(1).
- [7] Erislan. (2023). Pelatihan dan penyuluhan optimalisasi pemasaran produk UMKM menggunakan Google Ads. *JAMAS: Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(1).
- [8] Hidayat, R., Nasirudin, M., Khasan, U., Jannah, M. N., Yuhdi, M. H., & Marzuki, M. (2023). Peningkatan keterampilan remaja melalui pelatihan desain grafis berbasis digital. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 25–31.
- [9] Hidayatulloh, M. K. Y., Hamid, M., Arianti, S., & Kholid, A. (2020). Pendampingan belajar desain grafis bagi generasi Z melalui aplikasi Corel Draw di Desa Bandarkedungmulyo. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- [10] Lova, E. F., Rachmawati, R., Rokiyah, R., Maulidina, A., Ulfa, F., & Novitasari, A. F. (2024). Pelatihan pembuatan katalog produk berbasis digital guna meningkatkan pemasaran bagi grup jual beli online. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 2383–2392.
- [11] Mayr, P., & Walter, A. K. (2007). An exploratory study of Google Scholar. *Online Information Review*, 31(6), 814–830.
- [12] Normah, & Rifai, B. (2026). Pelatihan dan pendampingan transformasi digital UMKM melalui katalog digital dan pemanfaatan AI sederhana. *PRAWARA Jurnal ABDIMAS*, 5(2), 45–51.
- [13] Nurhidayati, S., Purwanto, S. A., Indraswari, D. K., Sulpadli, & Nurhaliza. (2025). Pelatihan branding digital dan repackaging produk UMKM di Desa Pijanau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 5(1).
- [14] Permatasari, D., Yogapratama, F., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2024). Pelatihan digital marketing sebagai upaya pengembangan strategi pemasaran produk UMKM batik di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 1(2), 60–65.
- [15] Ramadhani, N., & Febriana, P. (2024). Meningkatkan visibilitas merek untuk warung makan di Indonesia melalui pelatihan fotografi dan pembuatan katalog digital. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(2).

- [16] Satiti, W. S., Umardiyah, F., Hidayatulloh, F., Munfarida, N. F., Fatmawati, M., & Hanafi, A. (2022). Pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi Canva untuk remaja di Desa Kalikejambon. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3).
- [17] Surjadi, J., Supriatna, D., Rahayuningsih, D. A., & Rudyanto, A. (2023). Pelatihan search engine optimization: Memperkenalkan pemasaran digital kepada pelaku UMKM. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2).
- [18] Tirtoni, F., & Susanto, D. (2023). Pemberdayaan masyarakat UMKM Desa Katerungan melalui workshop pelatihan branding produk dan digital marketing. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(2).
- [19] Trisnawati, E., & Wijaya, H. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi digital UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 4(2), 55–63.
- [20] Usman, I. (2025). Komunikasi visual dalam branding: Peran desain grafis dalam membangun identitas merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, 1(1), 14–25.
- [21] Wijayanti, R. R., Ardhiarisca, O., Rediyanto, C. T., Kembang, S., & Sumber, T. (2022). Peningkatan pemasaran produk melalui pelatihan e-katalog pada kelompok tani kopi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 456–460.
- [22] Yuniarti, P., Indriyani, F., Suharini, S., & Marthanti, A. S. (2022). Penggunaan aplikasi Canva dalam pembuatan desain promosi usaha pada Karang Taruna Desa Sukaharja. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 1(2).