



Implementasi Katalog Produk UMKM Organik sebagai Alat Pemasaran Pada Program BIORAMA di Purwokerto

Muhammad Eka Purbaya^{1*}, Ahmad Fahreza², Laurensius Windy Octanio Haryanto³, Gusnita Linda⁴, Gilang Ramadhan⁵

^{1,2} Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia, 53147

³ Program Studi Desain Produk, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia, 53147

^{4,5} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia, 53147

E-mail: m.eka@ittelkom-pwt.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i3.1885>

Info Artikel:

Diterima :

19-07-2024

Diperbaiki :

29-07-2024

Disetujui :

29-07-2024

Kata Kunci: Katalog Produk, Pemasaran, Pelatihan, UMKM Organik, Visibilitas

Abstrak: UMKM organik di Purwokerto menghadapi tantangan dalam mengakses pasar yang luas dan efektif. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan mengimplementasikan katalog produk UMKM organik sebagai alat pemasaran dalam Program BIORAMA. Metode yang digunakan meliputi identifikasi dan inventarisasi UMKM, pengembangan prototipe katalog cetak dan digital, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi dan monitoring. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penggunaan katalog berhasil meningkatkan visibilitas dan penjualan produk secara signifikan, dengan peningkatan pendapatan sebesar 121.64% dari program BIORAMA 5 dan 6 ke BIORAMA 7, 8, dan 9. Katalog yang didesain dengan baik menarik perhatian konsumen baru dan memperluas jangkauan pasar UMKM organik. Pelatihan dan pendampingan meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka. Langkah selanjutnya meliputi penyempurnaan katalog berdasarkan feedback, penguatan platform digital seperti website biorama.id, serta program pelatihan dan pendampingan berkelanjutan. Program BIORAMA dapat menjadi model bagi daerah lain dalam memanfaatkan katalog produk sebagai alat pemasaran efektif untuk UMKM organik.

Abstract: Organic SMEs in Purwokerto faced challenges in accessing broader and effective markets. This community service

Keywords: *Catalog, Digital Platform, Organic Smes, Training, Visibility*

program aimed to implement a product catalog for organic SMEs as a marketing tool within the BIORAMA Program. The methods used included identifying and inventorying SMEs, developing prototype catalogs in print and digital formats, providing training and mentoring, and conducting evaluation and monitoring. The results showed that the use of the catalog significantly increased product visibility and sales, with a revenue increase of 121.64% from BIORAMA programs 5 and 6 to programs 7, 8, and 9. The well-designed catalog attracted new consumers and expanded the market reach of organic SMEs. Training and mentoring improved the marketing skills and confidence of SME entrepreneurs. The next steps included refining the catalog based on feedback, and strengthening the digital platform like the biorama.id website, and continuing training and mentoring programs. The BIORAMA program could serve as a model for other regions in utilizing product catalogs as effective marketing tools for organic SMEs.

Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) organik memainkan peran krusial dalam perekonomian lokal dan nasional. UMKM organik adalah usaha-usaha yang memproduksi dan menjual produk-produk yang dihasilkan melalui praktik-praktik pertanian atau produksi yang ramah lingkungan, tanpa menggunakan bahan kimia sintetis seperti pestisida dan pupuk kimia (Satriyo, Indriana, & Ridlo, 2021). Produk-produk ini mencakup berbagai kategori seperti makanan dan minuman organik, kosmetik, produk perawatan pribadi, serta pakaian dan tekstil organik.

Di Purwokerto, telah diketahui terdapat 18 UMKM organik seperti yang disajikan pada tabel 1, yang berperan aktif dalam memproduksi dan memasarkan produk-produk organik. Data ini menunjukkan adanya potensi ekonomi yang signifikan di sektor ini. Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan keberlanjutan lingkungan, permintaan terhadap produk-produk organik terus meningkat. Produk organik dianggap lebih sehat karena tidak mengandung residu bahan kimia berbahaya, serta lebih ramah lingkungan karena diproduksi dengan metode yang mendukung kelestarian alam (Satriyo et al., 2021). Oleh karena itu, UMKM organik di Purwokerto memiliki peluang besar untuk berkembang dan memenuhi kebutuhan pasar yang semakin peduli terhadap aspek kesehatan dan lingkungan.

Tabel 1. Daftar UMKM Organik di Purwokerto

Weekend Pizza	Mustav & Co	Bank Sampah Inyong
Arkakala	Apik Pernik	CST Healthy Food
Village on Mars	Karsadia Farm	Elforia Crochet
Kinanthi	Anyaman Tanjung	Eucalyptus Momsky
Dakkochan	Asya Soap	Jauza Craft
Kebun Dulur Tani	Marta Bakery	NORITS' Pizza

Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM organik adalah keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas dan efektif (TNP2PK & LDFEB-UI, 2021). Banyak pelaku UMKM organik yang masih kesulitan dalam memasarkan produk mereka di luar komunitas lokal, sehingga potensi pertumbuhan mereka belum optimal (Wulansari, Fitrianingtyas, Ganie, & Sari, 2024). Kendala utama yang dihadapi UMKM organik adalah promosi digital dan branding. Keterbatasan ini bisa disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif, keterbatasan dana untuk promosi, serta minimnya akses ke teknologi digital yang dapat membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, inisiatif seperti pembuatan katalog produk UMKM organik dalam Program BIORAMA menjadi sangat penting untuk membantu mengatasi kendala tersebut dan membuka peluang pemasaran yang lebih besar bagi para pelaku UMKM organik.

BIORAMA merupakan program Creative Placemaking yang memanfaatkan ruang publik untuk mempertemukan pengunjung, UMKM organik, dan komunitas kreatif (Vazquez, 2016; Zitcer, 2020). Program ini lahir dengan konsep kegiatan creative market, mini workshop, experience, dan walking tour. Sejak pertama kali diselenggarakan di Gedung Karesidenan Bakorwil Purwokerto pada tanggal 26 November 2022, BIORAMA telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk organik dan memperkuat ekosistem kreatif di Purwokerto. Seperti yang disajikan pada gambar 1, BIORAMA tidak hanya berfungsi sebagai tempat pertemuan antara UMKM dan konsumen mereka, tetapi juga mulai menyediakan pendampingan dalam hal branding dan promosi. Melalui pendampingan ini, BIORAMA membantu UMKM organik untuk memperbaiki strategi pemasaran mereka, meningkatkan visibilitas produk, dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada penguatan identitas dan daya saing UMKM organik di Purwokerto.



Gambar 1. Kegiatan utama BIORAMA

Alasan memilih UMKM organik sebagai fokus pengabdian adalah karena mereka memiliki potensi yang besar namun menghadapi kendala signifikan dalam promosi dan branding. Tujuan jangka panjang dari program BIORAMA adalah untuk meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi UMKM organik.

Terdapat berbagai studi yang menunjukkan tentang pentingnya penggunaan katalog sebagai alat pemasaran bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Studi yang dilakukan (Prameswari, Krisnawati, Widagdo, & Luthfia, 2023) membahas tentang pembuatan e-katalog untuk UMKM fashion yang tergabung dalam komunitas Womanpreneur Community. Penelitian ini menyoroti pentingnya desain yang menarik dan user-friendly untuk meningkatkan visibilitas produk UMKM di platform digital.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Justitia, Werdiningsih, Effendy, & Taufik, 2021) pelatihan dan pendampingan diberikan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan platform digital untuk pemasaran. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam penjualan dan visibilitas produk UMKM setelah mengikuti pelatihan. Sedangkan pada penelitian (Bukit, A.S, Irvan, & Fahmi, 2019) dilakukan pembuatan website katalog produk UMKM yang memudahkan pelaku UMKM dalam menampilkan dan memasarkan produk mereka secara online. Metode yang digunakan adalah design thinking, yang melibatkan beberapa tahapan seperti *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

Sedangkan menurut peneliti lainnya seperti (Alfandi, Ribie, Fitria, & ..., 2023; Alim et al., 2024; Mariam & Haeba Ramli, 2022), e-katalog dan digital marketing sangat efektif dalam membantu UMKM meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. E-katalog tidak hanya menarik perhatian konsumen tetapi juga memudahkan mereka mencari informasi produk. Penelitian ini juga membahas perancangan katalog untuk UMKM kerajinan logam dengan tujuan meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas produk. Penggunaan platform Canva dalam pembuatan e-katalog juga terbukti dapat meningkatkan aksesibilitas dan penjualan produk UMKM melalui tampilan katalog yang menarik dan informatif.

Pengabdian masyarakat ini akan menghasilkan katalog digital siap cetak dan katalog online yang diunggah di website biorama.id. Penggunaan katalog digital dan online diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM organik di Purwokerto, serta memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM di daerah tersebut.

Metode

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui perencanaan aksi yang melibatkan partisipasi aktif dari komunitas UMKM Organik dengan inti dari kegiatan adalah pembuatan Katalog Produk UMKM Organik dalam dua format: katalog digital siap cetak dan katalog online yang dapat diakses melalui website biorama.id. Tempat dilaksanakan Biorama yakni bervariasi. Pengembangan katalog ini mulai diadaptasi pada Biorama XII yang dilaksanakan pada tanggal 22 Juli 2023 di Gedung Karesidenan Bakorwil Purwokerto dengan kegiatan seperti yang ditampilkan pada gambar 2. Sedangkan Biorama XIII dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2023 di Museum BRI Purwokerto seperti yang disajikan pada gambar 3. Dan gambar 4 menunjukkan aktifitas Biorama IX pada tanggal 2 September 2023 di Hetero Space atau Gedung Karesidenan Bakorwil Purwokerto.



Gambar 2. Kegiatan BIORAMA XII



Gambar 3. Kegiatan BIORAMA XIII



Gambar 4. Kegiatan BIORAMA IX

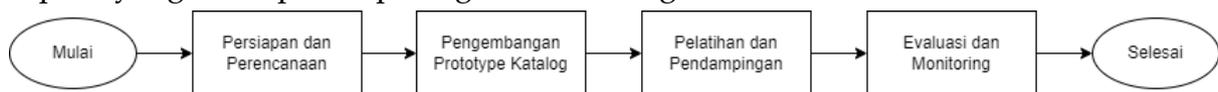
Pendekatan Teknologi dan Digitalisasi: Melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), program ini dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan jangkauan pemasaran produk-produk UMKM organik (Hardilawati, 2020). Teknologi digital yang digunakan untuk membuat katalog dalam format yang dapat dicetak adalah aplikasi Adobe Photoshop dan adobe Illustrator. Sedangkan katalog yang dapat diakses secara *online* melalui website dibuat menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress.

Pendekatan Edukatif dan Pendampingan: Pendekatan edukatif dalam kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat melalui proses pembelajaran yang terstruktur. Sedangkan pendekatan pendampingan menekankan pada dukungan berkelanjutan yang diberikan kepada masyarakat setelah proses edukatif berlangsung. Pendekatan ini melibatkan peran aktif dari pendamping atau fasilitator yang memberikan bimbingan dan konsultasi secara terus-menerus (Arifudin, Wahrudin, Rusmana, & Tanjung,

2020). Pada pengabdian yang berhubungan dengan katalog UMKM, dapat dilakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM tentang *branding*, promosi, dan penggunaan katalog sebagai alat pemasaran.

Evaluasi dan Monitoring: Evaluasi dan monitoring adalah langkah penting dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk memastikan program berjalan dengan baik dan berkelanjutan. Evaluasi bertujuan untuk menilai pencapaian tujuan program melalui survei, wawancara, dan analisis data, serta mengidentifikasi keberhasilan dan area yang perlu diperbaiki. Dalam program BIORAMA di Purwokerto, evaluasi dan monitoring memastikan bahwa pelatihan, pembuatan katalog produk, dan pendampingan UMKM organik dilakukan dengan efektif, memungkinkan tindakan cepat jika ada masalah, serta memastikan program dijalankan dengan transparan dan bertanggung jawab.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan melalui beberapa tahapan seperti yang ditampilkan pada gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Alir Pelaksanaan Program

1. Persiapan dan Perencanaan

Tahap persiapan dan perencanaan dimulai dengan melakukan identifikasi, kurasi, dan inventarisasi UMKM organik yang akan terlibat dalam program. Langkah ini penting untuk memahami profil dan kebutuhan masing-masing pelaku usaha sehingga katalog yang dibuat dapat mencakup informasi yang relevan dan menarik. Data dan informasi mengenai produk-produk organik dikumpulkan secara menyeluruh, mencakup foto produk, deskripsi, serta informasi kontak UMKM. Setelah itu, konsep dan desain katalog produk mulai dirancang, dengan mempertimbangkan format yang akan digunakan baik untuk versi cetak maupun digital. Perencanaan yang matang pada tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua elemen katalog dapat diintegrasikan dengan baik.

Proses ini diawali dengan pengumpulan data produk dari UMKM yang telah dikurasi berdasarkan sejumlah kriteria, termasuk persona BIORAMA Artisan (*Figure Owner, Hospitality, Unique Story*) dan karakteristik produk (*Locally Handmade, Authentic, Healthy/Organic, Customized, Small Impact, Limited Production*). Katalog digital siap cetak disusun dengan tujuan menonjolkan keunikan serta nilai tambah dari setiap produk UMKM, sedangkan katalog online dirancang untuk memudahkan konsumen dalam menjelajahi dan memesan produk secara langsung melalui platform digital. Pendekatan partisipatif dilakukan dengan melibatkan berbagai pemangku

kepentingan dalam proses pengambilan keputusan, perencanaan, dan pelaksanaan proyek atau program. Tujuannya adalah memastikan bahwa semua suara dan kebutuhan yang terlibat didengar dan diperhitungkan (Hermawan, Sunan, & Djati Bandung, 2023). Pendekatan partisipatif pada program pengabdian masyarakat ini melibatkan pelaku UMKM organik secara aktif dalam setiap tahap kegiatan untuk memastikan bahwa katalog UMKM Organik yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

2. Pengembangan Prototipe Katalog

Pada tahap pengembangan prototipe katalog, langkah pertama adalah pembuatan katalog produk UMKM organik dalam format digital yang dapat dicetak serta katalog berbasis website. Tim pengembang bekerja untuk mengumpulkan konten berupa foto produk, deskripsi singkat, harga, dan informasi kontak yang relevan. Desain layout katalog dirancang agar menarik dan informatif, dengan penekanan pada kualitas visual yang tinggi untuk menarik minat konsumen. Teknologi digital yang digunakan untuk membuat katalog dalam format cetak melibatkan aplikasi seperti Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator, sementara katalog berbasis website dibuat menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress.

Pengembangan situs web dilakukan agar katalog dapat diakses secara online melalui platform biorama.id. Prototipe ini kemudian diuji coba untuk memastikan semua elemen berfungsi dengan baik dan sesuai dengan harapan pelaku UMKM serta kebutuhan pasar. Pengujian melibatkan pengecekan kualitas tampilan visual, navigasi, dan kemudahan akses informasi oleh pengguna. Melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), program ini dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan jangkauan pemasaran produk-produk UMKM organik, sebagaimana diungkapkan oleh (Hardilawati, 2020). Pendekatan ini memastikan bahwa katalog produk dapat diakses dengan mudah oleh konsumen, baik dalam bentuk fisik maupun digital, sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk UMKM organik.

3. Pelatihan dan Pendampingan

Setelah prototipe katalog dikembangkan, tahap berikutnya adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Pelatihan ini mencakup cara-cara efektif memanfaatkan katalog sebagai alat promosi, teknik *branding* yang tepat, serta strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan melalui media sosial dan website. Workshop diadakan untuk meningkatkan kemampuan

pelaku UMKM dalam mengelola dan mempromosikan produk mereka secara lebih profesional. Selain itu, pelatihan ini juga mencakup cara mengoptimalkan penggunaan katalog, baik dalam versi cetak maupun digital, agar dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.

Pendampingan berkelanjutan diberikan untuk membantu UMKM menerapkan pengetahuan baru dan memaksimalkan manfaat dari katalog yang telah dibuat. Pendekatan edukatif bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM melalui proses pembelajaran yang terstruktur. Sedangkan pendekatan pendampingan menekankan pada dukungan berkelanjutan yang diberikan setelah pelatihan, dengan melibatkan peran aktif dari pendamping atau fasilitator yang memberikan bimbingan dan konsultasi secara terus-menerus (Arifudin et al., 2020). Dalam pengabdian ini, pelatihan dan pendampingan difokuskan pada aspek branding, promosi, dan penggunaan katalog sebagai alat pemasaran, sehingga pelaku UMKM dapat lebih efektif dalam mempromosikan produk mereka dan meningkatkan visibilitas di pasar.

4. Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi dan monitoring adalah langkah penting dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk memastikan program berjalan dengan baik dan berkelanjutan. Evaluasi bertujuan untuk menilai pencapaian tujuan program melalui survei, wawancara, dan analisis data, serta mengidentifikasi keberhasilan dan area yang perlu diperbaiki. Dalam program BIORAMA di Purwokerto, evaluasi dan monitoring memastikan bahwa pelatihan, pembuatan katalog produk, dan pendampingan UMKM organik dilakukan dengan efektif, memungkinkan tindakan cepat jika ada masalah, serta memastikan program dijalankan dengan transparan dan bertanggung jawab.

Hasil dan Pembahasan

1. Persiapan dan Perencanaan

Pada tahap persiapan dan perencanaan, tim pengabdian berhasil mengidentifikasi dan menginventarisasi sebanyak 10 dari 30 UMKM organik di Purwokerto berdasarkan dari kriteria persona Artisan dan karakteristik produk yang ditunjukkan pada tabel 2. Dilakukan pengumpulan data meliputi profil usaha, produk yang dihasilkan, deskripsi produk, dan informasi kontak. Tim juga berhasil merancang konsep dan desain awal katalog produk yang mencakup format cetak dan digital.

Tabel 2. Daftar UMKM Organik di Purwokerto

Bank Sampah Inyong	Anyaman Tanjung	NORITS' Pizza
CST Healthy Food	Asya Soap	Eucalyptus Momsky
Elforia Crochet	Marta Bakery	Jauza Craft
	Kebun Dulur Tani	

Proses inventarisasi ini sangat penting untuk memahami kebutuhan dan karakteristik setiap UMKM. Data yang akurat memungkinkan kami untuk membuat katalog yang sesuai dengan profil usaha dan produk yang ditawarkan. Tahap ini juga memberikan gambaran awal tentang bagaimana katalog akan diintegrasikan dalam kegiatan pemasaran. Perencanaan yang matang memastikan semua elemen katalog dapat bekerja secara sinergis dan efektif.

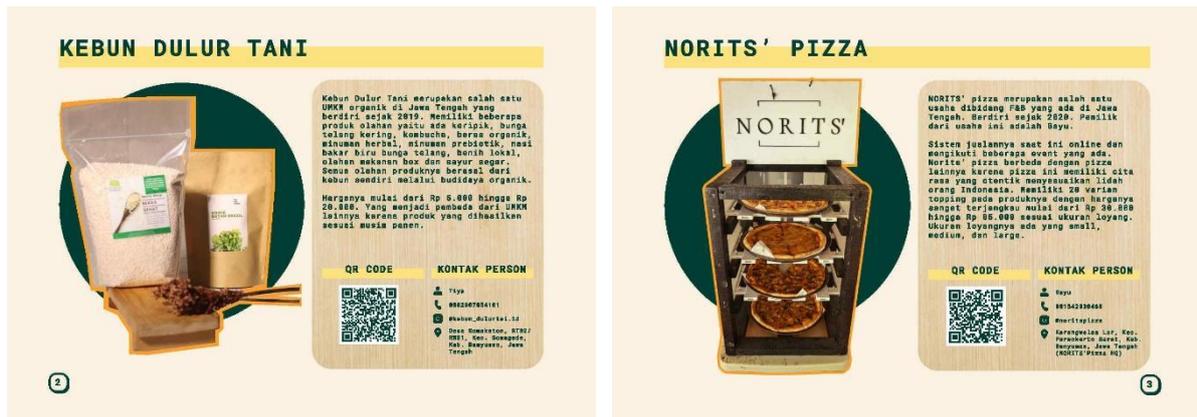
2. Pengembangan Prototipe Katalog

Tim pengabdian telah mengembangkan prototipe katalog produk UMKM organik dalam dua format: digital yang dapat dicetak dan katalog berbasis website. Dalam proses pembuatan seperti yang ditunjuk pada gambar 6, dilakukan pengumpulan konten meliputi foto produk berkualitas tinggi, deskripsi singkat, harga, dan informasi kontak UMKM. Prototipe katalog yang dapat dicetak dapat dilihat pada gambar 7 dengan halaman pertama merupakan halaman sampul, dan halaman selanjutnya merupakan penjelasan dari setiap UMKM Organik.



Gambar 6. Proses Pembuatan Katalog Digital





Gambar 7. Cuplikan Prototype Katalog yang dapat dicetak

Katalog berbasis website telah dikerjakan melalui CMS Wordpress yang dapat diakses melalui platform biorama.id dengan tampilan halaman beranda seperti pada gambar 8. Website ini menyajikan deskripsi mengenai kegiatan BIORAMA secara keseluruhan dan list produk UMKM Organik seperti pada gambar 9. Ketika bagian gambar atau judul produk Anyaman Tanjung di-klik, maka akan menampilkan halaman detail dari UMKM Anyaman tanjung seperti yang bisa dilihat pada gambar 10. Pada tampilan detail ini terlihat siapa pendiri dari UMKM ini, kemudian cerita yang melatar belakangi atau deskripsi dari produk UMKM tersebut dan dilengkapi dengan portofolio foto produk dengan kualitas gambar yang bagus. Melalui halaman detail ini pengunjung dapat memesan langsung melalui tombol “Pesan” atau dengan cara meng-klik saluran yang disediakan seperti ikon Whatsapp atau Instagram.

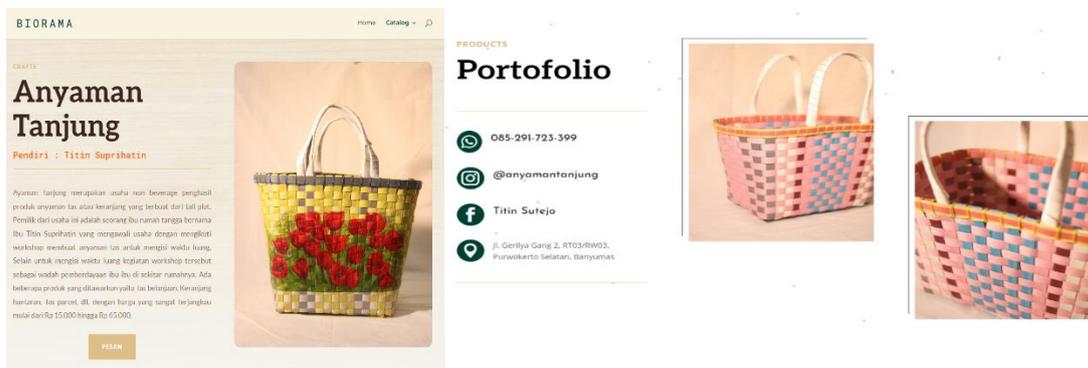
Pengembangan prototipe katalog dalam dua format memberikan fleksibilitas bagi UMKM dalam memasarkan produk mereka. Katalog cetak dapat digunakan untuk promosi langsung di berbagai event, sementara katalog digital di website memungkinkan akses yang lebih luas dan efisien. Proses ini memastikan bahwa katalog menarik secara visual dan informatif, yang penting untuk menarik minat konsumen.



Gambar 8. Halaman Utama website biorama.id



Gambar 9. Bagian List Katalog UMKM Organik



Gambar 10. Bagian detail katalog UMKM Organik

3. Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dan pendampingan telah diberikan kepada 20 pelaku UMKM seperti yang ditunjukkan pada gambar 11. Pelatihan tanggal 7 Juli 2023 diadakan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola dan mempromosikan produk mereka secara lebih profesional. Materi pelatihan ini mencakup cara efektif memanfaatkan katalog untuk promosi, teknik *branding* yang tepat, serta strategi pemasaran melalui media sosial dan website. Pelaku UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan katalog sebagai alat pemasaran.

Pelatihan dan pendampingan sangat membantu UMKM dalam memahami pentingnya *branding* dan promosi. Dengan keterampilan yang ditingkatkan, pelaku UMKM dapat lebih percaya diri dalam menggunakan katalog untuk menarik pelanggan baru dan memperluas pasar. Pendampingan yang berkelanjutan juga memastikan bahwa UMKM dapat menerapkan pengetahuan baru secara konsisten dan efektif.



Gambar 11. Pelatihan dan Pendampingan UMKM Organik

4. Evaluasi dan Monitoring

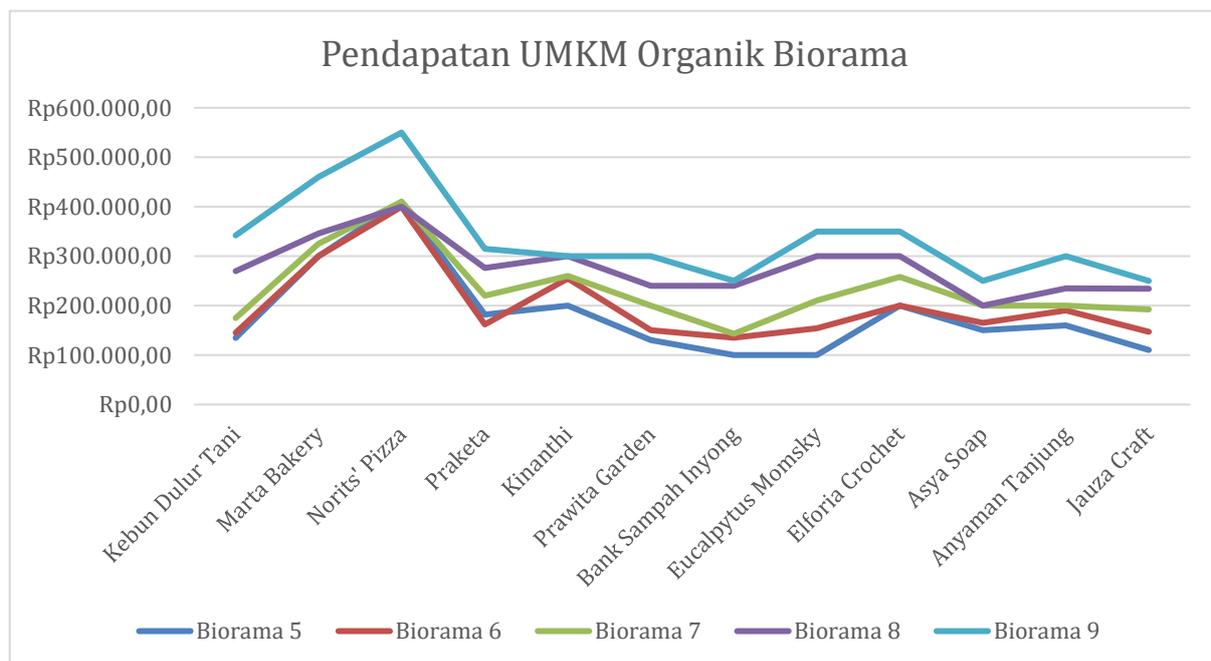
Evaluasi kegiatan implementasi katalog produk UMKM organik sebagai alat pemasaran pada program BIORAMA 7, 8, dan 9 di Purwokerto menunjukkan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM dari satu program ke program berikutnya. Sebelum penerapan katalog dan website, yaitu pada BIORAMA 5 dan 6, total pendapatan UMKM organik tercatat sebesar 4.580.000. Namun, setelah penerapan katalog dan website, total pendapatan meningkat secara bertahap: pada BIORAMA 7 pendapatan mencapai 2.793.000, pada BIORAMA 8 pendapatan meningkat menjadi 3.341.000, dan pada BIORAMA 9 pendapatan mencapai 4.017.000 dengan grafik yang disajikan pada gambar 12.

Dampak implementasi katalog dan website terhadap peningkatan pendapatan dapat dilihat dari kenaikan absolut dan persentase kenaikan pada setiap tahap program BIORAMA. Dari BIORAMA 5 ke BIORAMA 6, kenaikan pendapatan bersifat moderat. Namun, setelah katalog dan website diimplementasikan pada BIORAMA 7, pendapatan mengalami peningkatan lebih signifikan. Kenaikan pendapatan dari BIORAMA 7 ke BIORAMA 8 sebesar 548.000 atau sekitar 19.62%, dan dari BIORAMA 8 ke BIORAMA 9 sebesar 676.000 atau sekitar 20.23%.

Secara keseluruhan, total pendapatan pada BIORAMA 7, 8, dan 9 mencapai 10.151.000, yang menunjukkan kenaikan absolut sebesar 5.571.000 dan peningkatan persentase sebesar 121.64% dibandingkan dengan periode sebelum penggunaan katalog. Data ini menunjukkan bahwa penggunaan katalog dan website sebagai alat pemasaran secara signifikan meningkatkan eksposur dan penjualan produk UMKM organik. Implementasi katalog memungkinkan produk-produk ini lebih mudah

diakses oleh konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya tarik produk melalui presentasi yang lebih menarik dan informatif.

Hasil evaluasi ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran dengan menggunakan katalog dan website memberikan dampak positif yang besar terhadap pendapatan UMKM organik di Purwokerto. Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan dalam penerapan strategi pemasaran digital, tetapi juga memberikan dasar yang kuat untuk melanjutkan dan mungkin memperluas penggunaan katalog sebagai alat pemasaran di masa depan.



Gambar 12. Pendapatan UMKM Organik Biorama

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa pembuatan dan penggunaan katalog produk UMKM organik dalam format cetak dan digital berhasil meningkatkan visibilitas dan penjualan produk secara signifikan. Peningkatan pendapatan sebesar 121.64% dari program BIORAMA 5 dan 6 ke program BIORAMA 7, 8, dan 9 menunjukkan efektivitas katalog sebagai alat pemasaran. Katalog yang didesain dengan baik mampu menarik perhatian konsumen baru dan memperluas jangkauan pasar UMKM organik. Selain itu, pelatihan dan pendampingan yang diberikan meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka.

Untuk langkah selanjutnya, disarankan agar katalog terus disempurnakan berdasarkan *feedback* dari pelaku UMKM dan konsumen, serta pengembangan *platform* digital seperti website biorama.id perlu diperkuat dengan fitur-fitur

tambahan. Program pelatihan dan pendampingan juga perlu dilanjutkan secara berkala. Diharapkan UMKM organik di Purwokerto juga dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal dan nasional. Program BIORAMA dapat menjadi model bagi daerah lain dalam memanfaatkan katalog produk sebagai alat pemasaran yang efektif untuk UMKM Organik.

Ucapan Terima Kasih

Kami segenap tim pengabdian BIORAMA mengucapkan terimakasih atas berbagai pihak yang ikut mendukung terselenggaranya program pengabdian kepada masyarakat ini yang terdiri dari Pemerintah Kabupaten Banyumas, Hetero Space Banyumas, Kecamatan Purwokerto Timur, UMKM organik dan sekitarnya, Dinporabudpar Kabupaten Banyumas, Institut Teknologi Purwokerto.

Referensi

- Alfandi, M., Ribie, M. F., Fitria, M. L., & ... (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai e-Katalog dalam Meningkatkan Visibilitas dan Kehadiran Toko Zaidan di Dunia Digital. *Welfare: Jurnal ...*, 1(3), 567–573. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/725%0Ahttps://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/725/383>
- Alim, S., Bawono, T., Fathurrahman, A., Novi, A., Ramadanty, N., Pratama, A., ... Maret, U. S. (2024). *Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna Perancangan Katalog Kerajinan Logam UMKM Tembaga Mewah Sebagai Media Branding dan Pemasaran Sahirul@staff.uns.ac.id Perkenalan Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna Program pengalaman kerja nyata ini dilakukan melal.* 5(1), 51–60.
- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan UMKM Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Hasil Penjualan Opak Makanan Khas Jawa Barat. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 313–322. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10560>
- Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, & Fahmi. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner Website Creation Product Catalog Msmes For Marketing And Promotion Development Of Culinary Products. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 229–236. Retrieved from <http://www.jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JPPM/article/view/4317>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hermawan, E., Sunan, U., & Djati Bandung, G. (2023). Pemberdayaan Masyarakat:

- Pendekatan Partisipatif Membawa Pembangunan Pada Masyarakat Desa. *Distingsi: Journal of Digital Society*, 1(2), 2023.
- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60–72. <https://doi.org/10.47747/jnpm.v2i2.388>
- Mariam, S., & Haeba Ramli, A. (2022). Pengenalan Digital Marketing E-Katalog bagi UMKM Binaan Jakpreneur. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74–83. <https://doi.org/10.31334/jks.v5i1.2429>
- 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>
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563–1571. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>
- TNP2PK, & LDFEB-UI. (2021). *Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*.
- Vazquez, L. (2016). Creative placemaking. In *Planning Advisory Service Memo* (Vol. 2016). [api.taylorfrancis.com. https://doi.org/10.4324/9781315104607-2](https://doi.org/10.4324/9781315104607-2)
- Wulansari, A., Fitrianingtyas, A., Ganie, C. L., & Sari, D. I. (2024). *Studi Kelayakan Sebagai Langkah Awal Kesuksesan Bisnis (Studi Kasus Pada UMKM Rumah Organik)*. 2(3).
- Zitcer, A. (2020). Making Up Creative Placemaking. *Journal of Planning Education and Research*, 40(3), 278–288. <https://doi.org/10.1177/0739456X18773424>