



## Perancangan E-Catalog Produk Guna Mempromosikan Produk Plakat Pada Putri Advertising

M. Irfan Tarmizi<sup>1</sup>, Nor Lailla<sup>2</sup>, Gunawan Hidayat<sup>3</sup>, Restika Eka Pratiwi<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

<sup>4</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

E-mail:\* [m.irfan@umj.ac.id](mailto:m.irfan@umj.ac.id)

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i3.2457>

---

### Info Artikel:

Diterima :  
2025-05-22

Diperbaiki :  
2025-07-17

Disetujui :  
2025-07-21

**Kata Kunci:** Promosi ; E-catalog;  
Plakat

**Abstrak:** Dalam era digital saat ini, kegiatan pemasaran produk tidak hanya dilakukan secara konvensional. Pelaku usaha seperti Putri Advertising membutuhkan sarana promosi yang lebih efektif, menarik, dan mudah diakses oleh konsumen secara luas salah satunya melalui pembuatan e-katalog plakat sebagai media promosi digital. Tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha dan terciptanya e-katalog profesional yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran mitra. Metode kegiatan ini yaitu pendampingan pembuatan e-katalog plakat. Hasilnya, dengan adanya e-katalog ini, diharapkan daya jangkau pemasaran plakat semakin luas, meningkatkan nilai jual, dan memperkuat eksistensi Putri Advertising dalam persaingan industri kreatif.

*Abstract: In today's digital era, product marketing activities are not only carried out conventionally. Business actors such as Putri Advertising need promotional media that are more effective, attractive, and easily accessible to consumers widely, one of which is through the creation of a plaque e-catalog as a digital promotional media. The purpose of this activity is to increase the competitiveness of business actors and the creation of a professional e-catalog that can be used as a partner marketing tool. The method of this activity is mentoring the creation of a plaque e-catalog. As a result, with this e-catalog, it is hoped that the reach of plaque marketing will be wider, increase selling value, and strengthen Putri Advertising's existence in the competition of the creative industry.*

**Keywords:** Promotion; E-catalog; Plaque

---

## **Pendahuluan**

Salah satu upaya usaha untuk meningkatkan penjualan adalah promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar bisnis menghabiskan uang untuk aktivitas promosi penjualan (Ailawadi et al., 2009). Selain itu, ketatnya persaingan bisnis menuntut semua bisnis untuk menggunakan strategi pemasaran yang efektif (Hariawan et al., 2023). Meningkatkan penjualan bukan satu-satunya tujuan strategi pemasaran. Untuk memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi, baik langsung maupun tidak langsung (Afis & Handayani, 2020). Membuka usaha plakat dapat menjadi langkah yang menarik dan potensial dalam dunia usaha rumahan. Plakat adalah produk yang sering dicari oleh individu, perusahaan, dan organisasi untuk berbagai keperluan, mulai dari penghargaan, hadiah, hingga kenang-kenangan. Bahanya kini juga beragam dari kayu, marmer, kaca, akrilik, resin dan plywood.

Penggunaan media sosial sudah semakin meluas (Tarmizi et al., 2023), salah satunya yang sangat penting di era digital adalah E-katalog, yang berisikan informasi lengkap tentang berbagai barang, layanan, dan produk yang biasanya dijual oleh perusahaan kepada pembeli, perusahaan lain, atau pengguna akhir (Linda, 2016), sehingga pengembangan E-Katalog adalah solusi yang dapat membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk dan membantu konsumen dengan memberikan informasi visual yang lengkap, yang membuat pemasaran lebih efektif dan berdampak positif pada usaha (Zahra et al., 2023).

Permasalahan mitra yaitu kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi pemasaran secara *online* sementara saat ini peran teknologi meningkat (Tarmizi, 2021), untuk itu penting menjadikan pelaku usaha hanya memproduksi bukan hanya sesuai dengan pesanan pembeli,. Setiap produk yang sudah jadi langsung terjual, belum memiliki katalog ataupun daftar harga dan juga spesifikasinya (Rismaningsih et al., 2021). Masalah utamanya adalah dalam pemasaran produk, yang dianggap tidak efektif karena tidak memiliki informasi visual seperti foto, deskripsi, dan harga yang jelas untuk ditunjukkan kepada pelanggan (Syifa et al., 2021). Dalam situasi seperti ini, tim yang berdedikasi harus membuat strategi pemasaran yang dapat menjangkau pelanggan secara luas (Sulastri et al., 2024). Katalog digital produk adalah salah satu cara yang dianggap efektif untuk melakukan pemasaran secara luas (Zani et al., 2022).

### **Profil mitra**

Mitra bernama Wastim adalah pemilik usaha pembuatan plakat yang bernama Putri Advertising yang dibantu dengan beberapa karyawan.



*Gambar 1. Proses Produksi Plakat*

#### Tujuan kegiatan

1. Membantu masyarakat dalam memasarkan produk yang mereka jual
2. Membantu masyarakat dalam mempromosikan produk yang dijual kepada konsumen
3. Memudahkan konsumen dalam memilih produk yang dijual
4. Menumbuhkan kreativitas dan melakukan inovasi pemasaran produk yang dihasilkan dengan mengikuti perkembangan IPTEK yang ada
5. Mendorong pertumbuhan pendapatan.

#### Permasalahan Prioritas

1. Kurangnya pengetahuan pelaku usaha untuk menggunakan melakukan strategi pemasaran
2. Belum adanya informasi lengkap tentang berbagai produk, barang, dan layanan yang umumnya ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada pembeli, perusahaan lain, atau pengguna akhir salah satunya dengan media promosi yaitu menggunakan E-katalog.

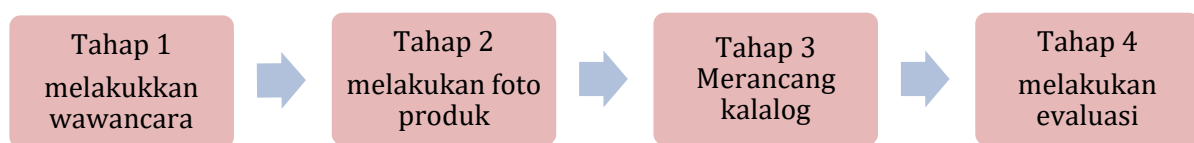
Solusi Permasalahan, program pengabdian masyarakat ini memfokuskan pada kegiatan perancangan katalog produk pada usaha plakat Putri Advertising. Katalog produk dianggap mampu menjadi sarana pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk (Agustino et al., 2024), sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk. Selain itu penggunaan katalog produk sebagai strategi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli plakat pada usaha putri Advertising.

#### Metode

Program kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilakukan oleh tim pengabdian Masyarakat dari Universitas Muhammadiyah Jakarta. Dalam kegiatan ini melibatkan

mitra yaitu pemilik usaha Putri Advertising yaitu Wastim, lokasi kegiatan di Jl. Pejaten Pasar Minggu Jakarta. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, program ini melalui empat tahapan, yaitu:

1. Melakukan wawancara dan diskusi, yaitu tim pengabdian melakukan wawancara untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang digunakan pemilik usaha rumahan plakat. Metode ini bertujuan untuk merumuskan dan merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen, yaitu menggunakan media digital. berdasarkan kesepakatan tim pengabdian Masyarakat memilih E-katalog sebagai salah satu sarana promosi.
2. Melakukan pengambilan foto untuk produk – produk plakat.
3. Merancang katalog produk :
  - a. Merancang katalog yang dapat menarik minat konsumen untuk melihat dan kemudian membelinya.
  - b. Mengatur tata letak (layout) katalog, yaitu tim pengabdian masyarakat dan pemilik usaha mengatur tata letak katalog agar memberikan kesan elegan dan estetik. Proses perancangan tata letak ini meliputi pengaturan posisi foto, pemilihan dan perpaduan warna, serta penggunaan gambar relevan dengan konten yang disampaikan. Semua unsur-unsur tersebut harus disusun dengan baik sehingga mampu menarik perhatian konsumen.
4. Melakukan evaluasi kegiatan, yaitu melakukan evaluasi atas program yang dilakukan. Pada tahap ini, tim pengabdian mengevaluasi apakah Putri Advertising memahami dan mengaplikasikan katalog produk sebagai strategi pemasaran.



*Gambar 2.* Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat

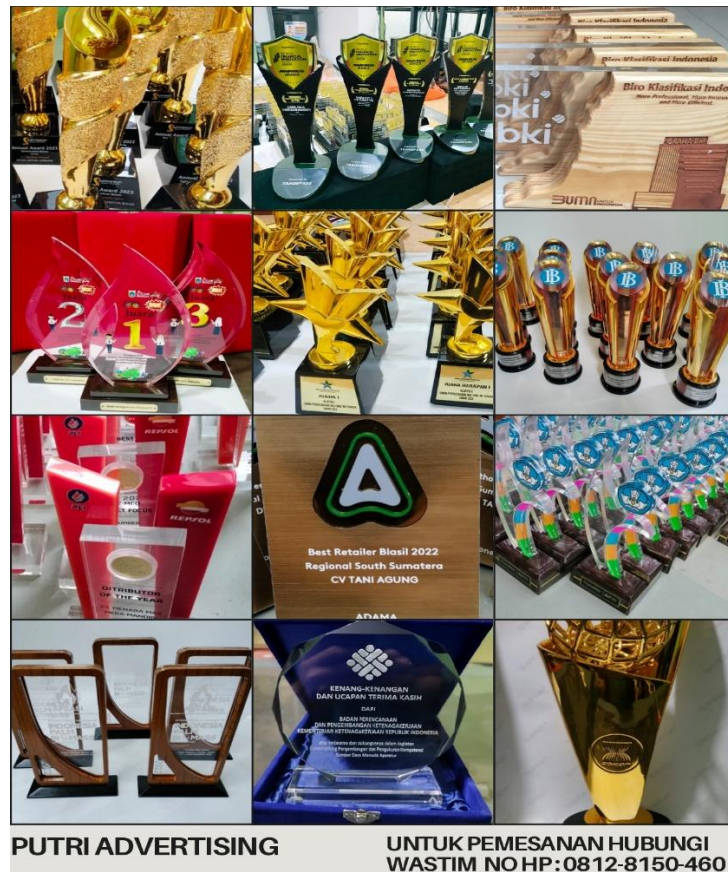
### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil pengabdian masyarakat adalah terciptanya sebuah E-katalog bagi pelaku usaha Putri Advertising yang berfungsi untuk mempermudah dan meningkatkan volume perdagangan dari mitra. Produk kegiatan pengabdian masyarakat ini berisi e-catalog dalam bentuk digital yang berisikan produk plakat yang diproduksi oleh Putri Advertising. Tahapan proses pengolahan plakat dimulai dari tahap perencanaan dan desain, dengan memahami kebutuhan serta keinginan mereka terkait bentuk,

ukuran, bahan, warna, dan isi plakat. Tahap berikutnya adalah pemilihan jenis bahan yang digunakan sangat bervariasi, tergantung pada permintaan dan anggaran klien. Beberapa bahan yang umum digunakan antara lain akrilik, kayu, logam (seperti kuningan atau aluminium), bahkan kaca. Kemudian, bahan yang telah dipilih akan dipotong dan dibentuk sesuai desain. Bahan seperti akrilik dan logam, proses pemotongan biasanya dilakukan dengan mesin laser cutting untuk hasil yang presisi. Sedangkan untuk kayu, proses pemotongan bisa menggunakan gergaji khusus atau mesin pembentuk. Tahap selanjutnya adalah finishing permukaan. Plakat dirapikan dengan pengamplasan dan pemolesan agar halus dan rapi. Tahap terakhir adalah pengemasan. Plakat dibungkus menggunakan plastik pelindung, bubble wrap, dan dimasukkan ke dalam kotak khusus untuk menjaga keamanannya saat pengiriman.



Gambar 3. pelaksanaan Pengabdian masyarakat



Gambar 4. Hasil E-katalog

Manfaat utama yang diberikan oleh penggunaan e-katalog bagi mitra dalam bisnis sangat beragam. Pertama-tama, e-katalog berfungsi sebagai alat promosi yang kuat bagi Putri Advertising, untuk memamerkan produk dan jasanya kepada publik. Selain itu, e-katalog juga berperan sebagai sumber informasi yang lengkap tentang produk dan jasa yang tersedia, membantu konsumen dalam membuat keputusan (Gunawan et al., 2021). Dengan tampilan yang menarik dan informasi yang disajikan dengan baik, e-katalog dapat meningkatkan daya tarik produk (Nurfauziah et al., 2023) dan mendorong minat konsumen untuk membeli plakat pada Putri Advertising. Selain itu e-katalog membawa efisiensi dalam berkomunikasi dengan konsumen. Ini menghemat waktu dan usaha Putri Advertising dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan, yang dapat berinteraksi dengan e-katalog kapan saja sesuai dengan kebutuhan konsumen (Alfandi et al., 2023).

Evaluasi terhadap hasil kegiatan

Evaluasi hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pembuatan e-katalog plakat memberikan dampak positif bagi pelaku Putri Advertising, terutama dalam meningkatkan pemahaman mereka terkait dokumentasi produk, penyusunan katalog digital, dan strategi promosi secara daring. e-katalog sederhana berisi beberapa produk plakat buatan Putri Advertising, yang dapat digunakan sebagai alat promosi melalui media sosial atau aplikasi pesan instan. Meskipun Putri Advertising elama ini

mengandalkan Whatshap dalam kegiatan promosinya. Program ini dinilai efektif dalam membekali Putri Advertising dengan keterampilan dasar promosi digital, dan diharapkan dilakukan secara berkelanjutan.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilakukan pada usaha Putri Advertising, pemilik usaha menyambut dengan baik kegiatan pengabdian Masyarakat tersebut. Pengabdian Masyarakat yang telah dilakukan yaitu dengan pembuatan E-katalog untuk meningkatkan media promosi di sosial media. Kegiatan tersebut memberikan dampak positif bagi Putri Advertising dalam meningkatkan proses kegiatan pemasaran. Foto katalog sangat penting dalam membangun branding suatu produk. Dengan memberikan informasi produk dengan cara yang menarik dan memberikan informasi yang jelas di media sosial membantu meningkatkan visibilitas produk dan berfungsi sebagai sarana komunikasi antara penjual dan pembeli. Dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan Putri Advertising dapat terjadi peningkatan pangsa pasarnya guna tercapainya kemajuan yang lebih baik untuk meningkatkan kesejahteraan bisnisnya

## **Ucapan Terima Kasih**

Tim pengabdian Masyarakat mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM Universitas Muhamadiyah Jakarta dan mitra Putra Advertising yang telah bersedia mengikuti proses pengabdian.

## **Referensi**

- Afis, T. H., & Handayani, T. (2020). Peran promosi melalui iklan katalog dalam keputusan pembelian konsumen (Studi kasus pada minimarket Indomaret di Kota Bengkalis). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi* Vol, 4(2).
- Agustino, M., Kustaji, K., Noor, F., & Citrapati, M. (2024). Pendampingan Pembuatan Katalog Produk pada UMKM Batik Sekar Rinambat sebagai Media Pemasaran: Assistance in Creating Product Catalogs for UMKM Batik Sekar Rinambat as a Marketing Tool. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 502–509.
- Ailawadi, K. L., Beauchamp, J. P., Donthu, N., Gauri, D. K., & Shankar, V. (2009). Communication and promotion decisions in retailing: a review and directions for future research. *Journal of Retailing*, 85(1), 42–55.
- Alfandi, M., Ribie, M. F., Fitria, M. L., Wahyuni, M. T., Zunaidi, A., Zakaria, M. A., & Hidayah, I. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai e-Katalog Dalam

- Meningkatkan Visibilitas Dan Kehadiran Toko Zaidan di Dunia Digital. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 567–573.
- Gunawan, A. I., Falah, D. D. N., & Najib, M. F. (2021). Perancangan Aktivitas Pemasaran UMKM Percetakan Melalui Media Katalog. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 48–56.
- Hariawan, F., Sawitri, A. P., & Lasiyono, U. (2023). Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas Untuk Pengembangan UMKM Di Kelurahan Taman Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 65–72.
- Linda, D. (2016). Merancang e-katalog Berbasis Website Sebagai Media Informasi pada Badan Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Daerah (BPAD) Lampung. *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika (Telekomunikasi, Multimedia Dan Informatika)*, 7(1).
- Nurfauziah, S., Puspitasari, A. F., Hidayatinnisa, N., Dhakirah, S., & Mustain, K. (2023). PELATIHAN PENGGUNAAN DAN PENGEMBANGAN E-KATALOG PADA UMKM ANGGOTA ASOSIASI RUMAH PENGUSAHA MALANG RAYA (RPMR). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(1), 78–83.
- Rismaningsih, F., Agustine, D., & Windyasari, V. S. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Kerajinan Anyaman Bambu Desa Rancagong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik*, 3(2), 57–64.
- Sulastri, N., Sucynurhaliza, R., Rizqiani, A. Z., Supartika, I., Michdhan, M. N., & Lestari, N. (2024). Pengembangan Pemasaran Produk Berbasis Digital Melalui Pemanfaatan Teknologi Pada UMKM Kripik Singkong. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(2), 1623–1630.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM melalui digital marketing untuk membantu pemasaran produk pada masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.
- Tarmizi, M. I. (2021). Pengaruh Label, Video Produk Dan Laporan Keuangan Online Untuk Pengembangan Usaha Pada Usaha Rumahan Keripik Tempe Wiwin. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1).
- Tarmizi, M. I., Lamidi, N. L., Hidayat, G., & Rusdi, S. A. (2023). Mewujudkan Akuntansi Melalui Model Pembukuan Sederhana & Flayer Promosi Sebagai

Strategi Pemasaran Pada Usaha Rumahan Abuna. *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 4(2), 177–182.

Zahra, D. J. A., Bachtiar, A., & Asmara, K. (2023). Penerapan Aplikasi Sederhana E-Katalog UMKM Berbasis APPSHEET Pada Pembangunan UMKM Kelurahan Gedog. *Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 108–122.

Zani, A. W. R., Daffa, M., Advani, M. R., Zhatatra, A. P., Lavansa, A. E., & Billah, M. (2022). Website E-Katalog Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Desa Nglebak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 92–99.