



## Knowledge Sharing: Penggunaan E- Catalog Dalam Digital Marketing Di UMKM Dep's Cookies Kutisari

Primetta Juwita Az- Zahra<sup>1</sup>, Ika Korika Swasti<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia

### Abstrak

Received: 05 Oktober 2024  
Revised: 11 Oktober 2024  
Accepted: 19 Oktober 2024

*Pada zaman yang sudah modern seperti sekarang ini, perlu adanya peningkatan pada aspek pemasaran dengan menggunakan sosial media yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Salah satu hal yang bisa dilakukan dalam melakukan pemasaran online yaitu dengan membuat katalog digital yang akan dimasukkan kedalam Linktree untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi mengenai produk dan informasi mengenai produk apa saja yang ditawarkan. Adapun tujuan dari pendampingan UMKM Deps Cookies ini adalah untuk meningkatkan efektivitas dalam memasarkan produk secara digital melalui pembuatan katalog digital dan memudahkan konsumen dalam melihat produk yang ditawarkan oleh Deps Cookies. Metode pelaksanaan yang kami lakukan yaitu dengan pendampingan, diskusi, survei, dan wawancara kepada UMKM Dep's Cookies. Hasil dari pengabdian yang kami lakukan yaitu pemilik dari Dep's Cookies memahami cara untuk membuat e- catalog dan mampu melakukan digital marketing dengan baik. Seperti membuat konten di Instagram, Facebook ataupun Whatsapp sebagai sarana untuk memasarkan dan mengenalkan produk- produk yang ditawarkan oleh Dep's Cookies itu sendiri. Di sisi lainnya juga para konsumen Dep's Cookies merasa terbantu dengan adanya katalog digital dapat memudahkan mereka untuk mendapatkan beberapa informasi dan melihat contoh produknya.*

### Kata Kunci:

*Knowledge Sharing, E- Catalog, Digital Marketing*

(\*) Corresponding Author: <sup>1</sup>21012010065@student.upnjatim.ac.id, <sup>2\*</sup>ikaks.ma@upnjatim.ac.id

**How to Cite:** Az- Zahra, P., & Swasti, I. (2024). Knowledge Sharing: Penggunaan E- Catalog Dalam Digital Marketing Di UMKM Dep's Cookies Kutisari. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(19), 744-751. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14446074>

## PENDAHULUAN

Dalam era dimana teknologi terus berkembang pesat, digital marketing telah menjadi salah satu strategi pemasaran paling efektif untuk mencapai target audiens secara luas. Anthoni, dkk (2023) strategi pemasaran sendiri merupakan peran yang penting pada dunia bisnis yang dimana para pelaku bisnis bertanggung jawab akan mengaplikasikan strategi yang tepat untuk mencapai market luas. Seiring dengan itu, pembuatan katalog digital juga menjadi semakin relevan sebagai alat yang memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk dan layanan mereka secara interaktif melalui pemasaran online. Pemasaran online yang dilakukan di internet seperti memasarkan produk makanan, baju, dan kebutuhan lainnya sangat membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhan harian mereka. Kotler dan Armstrong (2011) juga mengungkapkan sebuah jaringan publik (internet) yang luas yang terdiri dari jaringan-jaringan komputer yang menghubungkan pengguna-pengguna dari seluruh dunia satu sama lain dan merupakan wadah informasi yang sangat banyak.

Rahayu dan Ika (2023) digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat umum untuk mendukung berbagai aktivitas. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu variabel ekonomi yang memberikan kontribusi terhadap kekuatan perekonomian Indonesia dan perekonomian daerah. Tarigan dan Sanjaya (2009) menyebutkan bahwa digital marketing merupakan suatu upaya branding dengan menggunakan media berbasis web dan atau internet. Ada pendapat lain mengatakan, menurut Setiawan dan Suharjo (2018) pemasaran online yaitu metode atau cara pemasaran dengan media online yang berbasis elektronik. Strategi marketing sendiri banyak jenisnya, salah satunya adalah digital marketing, yang dimana merupakan strategibisnis yang paling relevan untuk menghadapi era sekarang. Digital marketing sendiri menggunakan instrumen digital, seperti internet sampai dengan aplikasi, yang membantu menghubungkan setiap pihak tanpa ada batasan jarak, waktu hingga tempat. Salah satu alat yang efektif dalam mendukung kampanye digital marketing adalah katalog digital. Katalog digital memberikan platform interaktif yang memungkinkan perusahaan untuk menampilkan produk atau layanan mereka secara lebih dinamis dan menarik bagi konsumen. Dedi Purwana (2017:2) Jadi pada dasarnya digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. Maka dari itu bisa diambil kesimpulan yaitu digital marketing adalah sebuah cara untuk memasarkan produk melalui media online seperti Instagram, Tiktok, Facebook, ataupun dengan cara membuat katalog digital yang nantinya akan dimasukkan Linktree yang berdampingan dengan beberapa informasi terkait produk dan UMKM.

Meylasari & Qamari (2018) mengatakan bahwa *knowledge sharing* adalah proses untuk menambah wawasan dan keterampilan yang digunakan sebagai usaha untuk meningkatkan pengembangan diri melalui proses interaksi dan komunikasi. Dalam praktiknya hal ini tidak hanya meningkatkan keahlian salah satu pihak saja, tetapi juga memperluas wawasan bersama, menciptakan lingkungan yang dimana ide- ide baru dapat berkembang. Berbagi pengalaman juga memainkan peran penting dalam mendorong inovasi, karena ide-ide yang tersebar dapat menjadi dasar bagi solusi-solusi baru. Selain itu, dengan melakukan *knowledge sharing* ini dapat mempercepat pemecahan suatu masalah dan meningkatkan efisiensi. Wijayanti dan Swasti (2023) berbagi pengetahuan adalah suatu metode untuk membagikan pengetahuan yang sebelumnya telah dimiliki atau dipelajari kepada orang lain. Tujuannya untuk memberikan pengetahuan, ide, pengalaman, pandangan, atau keahlian baru bagi pihak lain sehingga nantinya dapat diterapkan di kemudian hari. Berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing* adalah tindakan menggali lebih dalam wawasan dan keterampilan sebagai langkah untuk meningkatkan perkembangan diri melalui interaksi dan komunikasi. Proses ini melibatkan diskusi antarindividu dengan tujuan pertukaran ide Fata, dkk (2023)

Digital marketing melibatkan pemanfaatan berbagai saluran online, termasuk situs web, media sosial, email, dan platform *e-commerce* Saniyyah dkk

(2023) mengatakan bahwa digital marketing merupakan hal yang sangat penting dalam proses perkembangan sebuah bisnis yang sedang dijalankan. Karena dengan memasarkan sebuah produk atau jasa melalui media digital atau elektronik, suatu usaha dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas lagi. Katalog elektronik atau E-Catalogue adalah sistem elektronik lebih digital yang memuat jenis, daftar, dan spesifikasi teknis dan harga barang tertentu dari berbagai Penyedia. E-katalog merupakan suatu listing yang telah dihasilkan secara elektronik yang dapat diakses dengan online dan berbasis internet. Katalog digital menjadi bagian penting dari strategi digital marketing dengan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih kaya dan terhubung secara langsung dengan konsumen. Di zaman modern seperti ini masih banyak pelaku UMKM di Indonesia masih belum memaksimalkan penggunaan sosial media dan teknologi dalam pemasaran produknya. Banyak dari UMKM di Surabaya yang mempunyai usaha yang cukup besar namun tidak paham dan mengerti mengenai pemasaran digital yang banyak dilakukan oleh brand- brand besar Indonesia dalam mengenalkan produknya. Salah satunya yaitu Dep's Cookies yang berada di Kelurahan Kutisari.

Dari hasil wawancara yang kami lakukan Dep's Cookies mempunyai permasalahan yaitu kesulitan dalam melakukan pemasaran online dan membuat katalog digital yang dapat memudahkan konsumen dalam mengetahui informasi dan produk dari Dep's Cookies itu sendiri. Dari kondisi tersebut, kami melakukan pendampingan kepada Dep's Cookies dengan membantu pembuatan katalog digital dan membantu foto produk, supaya jika ditampilkan pada katalog digital tersebut dapat terlihat bagus dan menarik. Dengan adanya pembuatan katalog digital yang nantinya akan dimasukkan kedalam *Linktree* diharapkan dapat memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi tentang produk, kontak, dan beberapa informasi lainnya dari Dep's Cookies. Selain pembuatan e- catalog, kami juga membantu Dep's Cookies untuk membuat atau mengedit foto sebagai alat pemasaran digital yang dapat digunakan secara berkelanjutan.

## **METODE**

Dalam merealisasikan program kerja yang kami laksanakan, perlu adanya beberapa persiapan yang kami lakukan untuk menyukseskan pendampingan UMKM Dep's Cookies yaitu diantaranya:

### **1. Tahap Wawancara**

Pada tahap awal ini kami melakukan wawancara kepada Bu Intan selaku owner dari Dep's Cookies. Sewaktu kami melakukan wawancara beliau mengatakan bahwa kesulitan dalam melakukan pemasaran online dan banyak konsumen yang mengeluhkan kesulitan dalam melihat atau mengerti produk-produk yang ditawarkan oleh Dep's Cookies.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap pelaksanaan ini kelompok kami melakukan foto beberapa produk yang ada di Dep's Cookies. Setelah kami melakukan pemotretan tersebut kelompok kami membuat katalog digital dan kami masukkan kedalam *Linktree* beserta beberapa informasi lainnya seperti lokasi, kontak untuk pemesanan, dan katalog produk. Lalu kami juga merapikan feeds Instagram agar terlihat rapi dan menarik.

### **3. Tahap Evaluasi**

Pada tahap yang terakhir yaitu evaluasi. Kami membuat survei kepada beberapa konsumen dari Dep's Cookies mengenai katalog yang kami buat. Salah seorang konsumen Dep's Cookies mengatakan bahwa, "dengan adanya katalog digital beliau menjadi lebih mudah dalam melihat kue- kue yang ditawarkan oleh Deps' Cookies dan memberikan saran untuk menambahkan harga atau harga paket kue snack box pada katalog yang ada di dalam *Linktree*". Namun, lain halnya dengan yang dikatakan oleh Ibu Dewi, menurut beliau sulit dipahami dan kurang mengerti dengan adanya katalog digital seperti ini, "lebih gampang tanya langsung ke Bu Intan selaku dari owner Dep's Cookies" ujar Bu Dewi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil wawancara dan survei yang telah dilakukan kami melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan pendampingan kepada UMKM Dep's Cookies dengan cara mendampingi untuk foto produk yang berguna untuk pembuatan katalog digital agar lebih menarik dan memudahkan konsumen dalam melihat produk- produk yang ditawarkan. Agar memudahkan konsumen dalam melihat informasi terkait Dep's Cookies, kami juga membantu pembuatan *Linktree* dan pembaruan feeds Instagram agar lebih terlihat rapi dan menarik.

Dalam hal pendampingan pembuatan katalog digital, kami mengharapkan untuk Dep's Cookies dapat melanjutkan upaya yang kami terapkan dalam peningkatan efektivitas digital marketing guna menunjang keberlangsungan bisnis pada zaman modern seperti sekarang. Salah satu alat yang mendukung pemasaran digital yaitu dengan membantu pembuatan katalog digital yang menarik disertai beberapa informasi penting seperti kontak dan lokasi dari Dep's Cookies itu sendiri.

Hasil dari kegiatan yang dilakukan dengan langkah awal menganalisis keseluruhan dan melakukan wawancara serta pendampingan kepada UMKM Dep's Cookies yang terdapat di Kelurahan Kutisari dengan hasil :

1. Pendampingan pembuatan foto produk yang dilaksanakan pada tanggal 19 September 2023



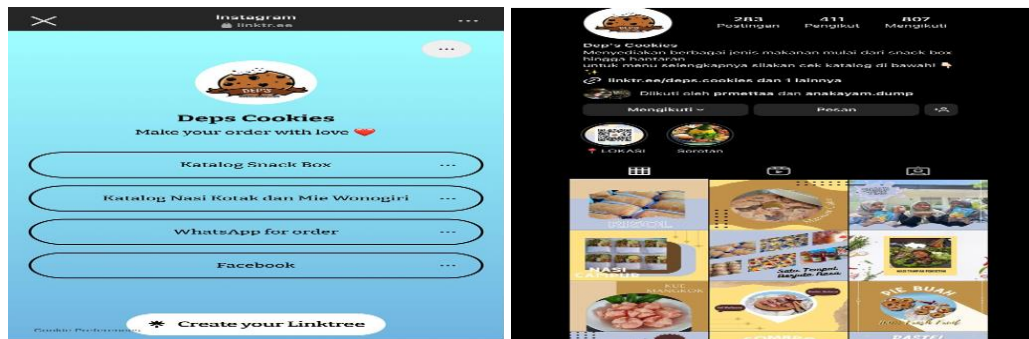


**Gambar 1. Membantu Dep's Cookie untuk Foto Produk**

Sumber : Dokumen Pribadi, 2023

2. Pembuatan Linktree dan merapikan feeds Instagram, dilaksanakan pada hari Selasa, 26 September 2023.

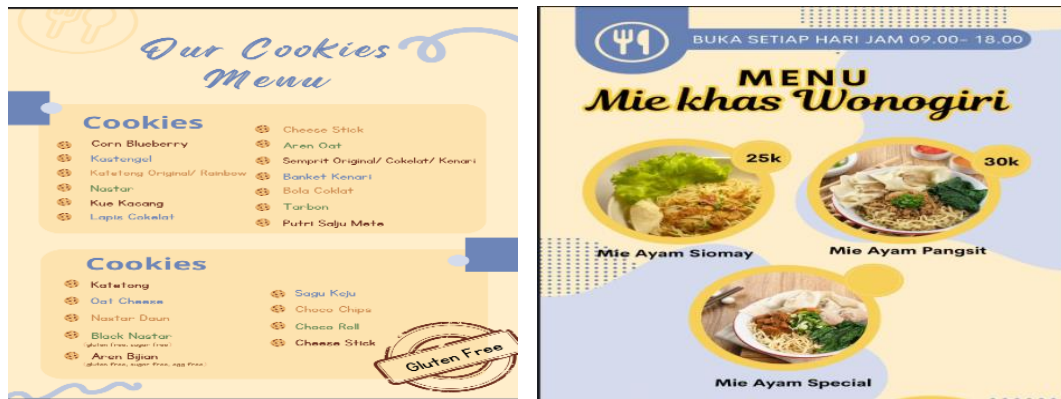
Pembuatan foto produk yang telah dilakukan dengan tujuan promosi pada postingan akun sosial media Instagram Dep's Cookies (@intangagoek). Foto produk yang berguna untuk pembuatan katalog digital agar lebih menarik dan memudahkan konsumen dalam melihat produk- produk yang ditawarkan. Agar memudahkan konsumen dalam melihat informasi terkait Dep's Cookies, kami juga membantu pembuatan *Linktree* dan pembaruan feeds Instagram agar lebih terlihat rapi dan menarik. Adapun isi dari *Linktree* dan Instagram sendiri berisi tentang deskripsi produk yang ditawarkan, kontak informasi pemesanan, dan beberapa foto katalog produk



**Gambar 2. Hasil Pengerjaan Linktree dan Instagram**

Sumber : Dokumen Pribadi, 2023

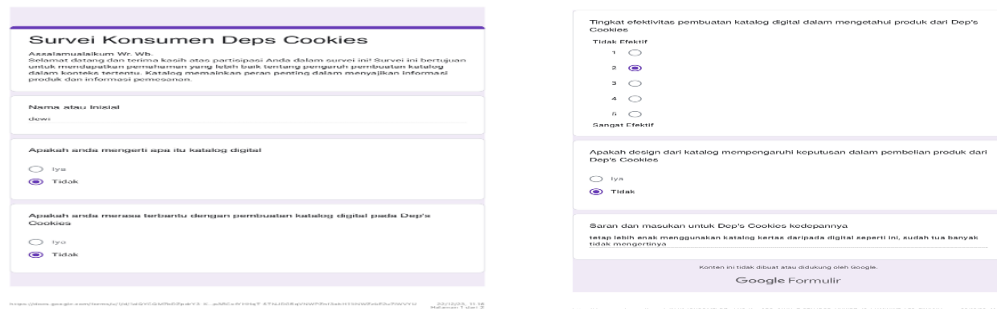
Hasil dari berbagi pengalaman tentang pembuatan e- catalog adalah seperti yang tertera pada gambar 2 yang ada diatas. Hal itu dapat membantu untuk memudahkan konsumen dalam mencari informasi produk dan kontak dari Deps' Cookies.



**Gambar 3. Hasil Pengerjaan Katalog Digital**

Sumber : Dokumen Pribadi, 2023

Setelah 1 bulan kami membuatkan *e- catalog* kami melakukan survei kepada 20 orang konsumen dari Dep’s Cookies dengan cara menyebarkan form yang kami kirimkan melalui Bu Intan selaku *owner*.



**Gambar 4. Survei Google Form Konsumen Dep’s Cookies**

Sumber : Dokumen Pribadi, 2023

Dari hasil survei yang kami lakukan mendapatkan hasil yaitu sebanyak 15 orang menganggap bahwa menggunakan *e- catalog* dapat meningkatkan efektivitas dalam melakukan pemasaran secara digital. Dan mereka merasa dengan adanya pembuatan *e- catalog* tersebut dapat memudahkan mereka dalam melakukan transaksi dan dapat mudah berinteraksi dengan Bu Intan. Seorang konsumen Dep’s Cookies yaitu mbak lala mengatakan “enak sekarang sudah dibuatkan katalog digital, jadi makin gampang dan nggak ribet kalo mau pesen-pesen”. Ada pendapat lain disampaikan oleh Ibu Tri “sekarang gampang banget kalau mau pesen pastelnya, tinggal chat Bu Intan nanti bisa dikirim pake Gosend juga, engga pakai ribet deh zaman sekarang”. Namun dalam pembuatan *e- catalog* tersebut juga menimbulkan pro kontra dengan perkembangan dari pemasaran konvensional yang akan dikembangkan dengan melakukan pemasaran digital. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Dewi, menurut beliau penggunaan *e- catalog* seperti ini sulit untuk dipahami dan kurang mengerti dengan adanya katalog digital seperti ini, “lebih gampang tanya langsung ke Bu Intan selaku dari owner Dep’s Cookies, pakai lihat- lihat *handphone* gini jadi ribet”.

**KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Dari hasil wawancara dan survei yang telah dilakukan kami melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan pendampingan kepada UMKM Dep's Cookies dengan cara mendampingi untuk foto produk yang berguna untuk pembuatan katalog digital agar lebih menarik dan memudahkan konsumen dalam melihat produk- produk yang ditawarkan. Agar memudahkan konsumen dalam melihat informasi terkait Dep's Cookies, kami juga membantu pembuatan Linktree dan pembaruan feeds Instagram agar lebih terlihat rapi dan menarik. Dalam hal pendampingan pembuatan katalog digital, kami mengharapkan untuk Dep's Cookies dapat melanjutkan upaya yang kami terapkan dalam peningkatan efektivitas digital marketing guna menunjang keberlangsungan bisnis pada zaman modern seperti sekarang. Salah satu alat yang mendukung pemasaran digital yaitu dengan membantu pembuatan katalog digital yang menarik disertai beberapa informasi penting seperti kontak dan lokasi dari Dep's Cookies itu sendiri. Foto produk yang berguna untuk pembuatan katalog digital agar lebih menarik dan memudahkan konsumen dalam melihat produk- produk yang ditawarkan. Agar memudahkan konsumen dalam melihat informasi terkait Dep's Cookies, kami juga membantu pembuatan Linktree dan pembaruan feeds Instagram agar lebih terlihat rapi dan menarik.

Kebutuhan akan informasi produk melalui e-catalog dibutuhkan oleh konsumen, maka pembuatan katalog digital dan pengenalan produk atau tambahan produk lainnya yang baru perlu terus dikembangkan. Selain itu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang masih membutuhkan brosur cetak perlu juga dipenuhi. Jadi selain digital juga diperlukan pemasaran konvensional. Dengan demikian, UMKM Dep's Cookies dapat tetap berinovasi dengan mengikuti kebutuhan pasar modern dengan tetap mempertahankan pelayanan kepada konsumen yang memiliki preferensi tradisional.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Hariani, E., Widyawati, R. F., & Dewanti, A. A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM di Kota Pasuruan dengan Aplikasi LINKTREE. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Abdira)*, 2(3), 101–108. <https://doi.org/10.31004/abdira.v2i3.170>
- Rahmad Kurniawan, Jefry Tarantang, Wahyu Akbar, Sofyan Hakim, Enriko Tedja Sukmana, & Riza Hafizi. (2022). Literasi Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital Bukukas Pada Umkm Di Kota Sampit, Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(1), 35–52. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v1i1.342>
- Sanniyah, Adviola, T. F., & Swasti, I. K. (2023). Sosialisasi Digital Marketing Pada UMKM di Kota Blitar Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk. *Jurma: Jurnal Riset Manajemen*, 1(3).
- Santoso, A., Ivan Permana, Edwin Zusrony, & Maya Utami Dewi. (2022). Implementasi Aplikasi digitalisasi Produk UMKM dengan E-Katalog dan GIS secara terpadu untuk Pemetaan dan optimasi penjualan. *Elkom: Jurnal Elektronika Dan Komputer*, 15(2), 383–392. <https://doi.org/10.51903/elkom.v15i2.841>
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., Solihin, E. H., Kunci, K., Online, I., Online, P., Minat, D., & Konsumen, B. (2020). Pemasaran

- Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 2685–6972. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Wijayanti, N. R., & Swasti, I. K. (2023). Knowledge Sharing: Branding Produk Dan Digital Marketing Pada Umkm" Doyan Jajan" Di Desa Laweyan, Probolinggo. *Jurnal ...*, 02, 415–420. <http://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/sabangkaabdimas/article/view/708>
- Yulistina, D., & Arianti, B. D. D. (2019). E-Katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web. *EDUMATIC: Jurnal Pendidikan Informatika*, 3(2), 45–52. <https://doi.org/10.29408/edumatic.v3i2.1766>
- Ermatry Harian, et al. “Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM di Kota Pasuruan dengan Aplikasi LINKTREE.” vol. 2, no. 3, 2022, p. 103. <https://www.abdira.org/index.php/abdira/article/view/170/pdf>. Accessed Kamis Desember 2023.
- Nur Rohmah Wijayanti1\*, Ika Korika Swasti2. “KNOWLEDGE SHARING: BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM “DOYAN JAJAN” DI DESA LAWEYAN, PROBOLINGGO.” vol. 2, no. 4, 2023, p. 2.
- Primetta Juwita Az-Zahra[1], Hany Susanti[2], Aqilah Mahda Az-Zuhra[3], Yeriko Felis Samudra[4], Seno Satrio Utomo[5], Endang Sholihatin[6]. “PENGARUH PENGGUNAAN RAGAM BAHASA IKLAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN.” vol. 9, no. 14, 2023, p. 1.
- Saniyyah, and Tiara Feby Adviola. “Sosialisasi Digital Marketing Pada UMKM di Kota Blitar Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk.” vol. 1, no. 3, 2023, p. 32. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/jurma/article/view/592/557>.
- Rahayu Musfirah 1 , Ika Korika Swasti 2. “Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Untuk Peningkatan Brand Awareness UMKM “Dapoer Kerontang.”” vol. 1, no. 2, p. 3.
- D. Rapisari. “DIGITAL MARKETING BERBASIS APLIKASI SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN,.” vol. 10, no. 2.
- Anthoni Sentoso1, Angeline2, Angela Adriyanti Yang3, Dennis Yang4, Leonard Suryadi Yusuftan5, Whitney Ong6. “PENGAPLIKASIAN DIGITAL MARKETING TOOLS TERHADAP QBEE NAIL SALON.” vol. 2, no. 9.
- Fata Nidaul Khasanah1,\*, Dhian Tyas Untari2, Erik Saut H Hutahaean3, Tiara Anggita Perdini4, Erwan Mulyanto5. “Knowledge Sharing Digital Marketing Sebagai Upaya Membangun Jiwa Kewirausahaan Dari Produk Lokal Desa Sekarwangi.” vol. 6, no. 3.