

**DIGITALISASI POTENSI LOKAL DESA TLINGSING: PENGEMBANGAN E-KATALOG SEBAGAI MEDIA PROMOSI PENGUSAHA LURIK**

Icha Isti Fauzi¹, Akbar Abi Firmansyah², Revanita Meilani³, Dendra Yoga Pratama^{4*},
Amining Rahmasiwi⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Sukoharjo, Indonesia

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima:
10-09-2026

Disetujui:
10-09-2026

Dipublikasi:
11-09-2026

Kata Kunci:
*Digitalisasi; E-Catalog;
Lurik; Media Informasi;
Produk Lokal*

ABSTRAK

Desa Tlingsing, Kecamatan Cawas, Kabupaten Klaten memiliki potensi lokal berupa produk lurik yang dikembangkan oleh masyarakat. Namun, informasi mengenai usaha dan produk lurik masih perlu disusun dalam media digital agar dapat diakses dan dibagikan secara lebih mudah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendigitalisasi informasi usaha dan produk lurik melalui pengembangan e-catalog berbasis web bagi pengusaha lurik di Desa Tlingsing. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui tahapan observasi awal, pendataan dan wawancara dengan pengusaha, dokumentasi produk, perancangan dan pengembangan e-catalog, serta implementasi dan verifikasi hasil kepada pengusaha. Berdasarkan hasil pendataan, terdapat sembilan pengusaha lurik yang menjadi sasaran kegiatan dengan total 149 produk yang berhasil dihimpun dan didokumentasikan. Setiap pengusaha dibuatkan e-catalog secara individual yang memuat identitas usaha, profil singkat, alamat, kontak WhatsApp, serta informasi dan dokumentasi produk sesuai dengan data masing-masing usaha. Hasil kegiatan menunjukkan terbentuknya sembilan e-catalog individual dengan tautan yang berbeda dan telah disampaikan kepada masing-masing pengusaha. E-catalog yang dihasilkan menyediakan informasi usaha dan produk lurik dalam bentuk digital yang dapat diakses dan dibagikan melalui tautan. Kegiatan ini menghasilkan media informasi digital sekaligus dokumentasi produk lurik dari pengusaha di Desa Tlingsing yang dapat digunakan untuk menyediakan informasi usaha dan produk secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Desa Tlingsing, yang berada di Kecamatan Cawas, Kabupaten Klaten, merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi ekonomi lokal melalui sektor kerajinan tekstil tradisional berupa kain lurik. Lebih dari sekadar komoditas dagang, lurik merupakan bagian dari kearifan lokal dan warisan budaya yang dilestarikan antargenerasi. Pembuatan kain lurik menuntut keahlian teknis serta kreativitas, sehingga setiap produk memiliki nilai estetika dan karakteristik tersendiri. Selain menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat, keberadaan usaha lurik juga berperan dalam mempertahankan tradisi dan identitas lokal (Prameswari et al., 2023).

Meskipun memiliki potensi ekonomi dan budaya, pengusaha lurik di Desa Tlingsing masih menghadapi hambatan dalam penyediaan informasi usaha dan produk secara digital. Sebagian

pelaku usaha masih mengandalkan transaksi tatap muka atau pesanan dari pelanggan yang telah dimiliki. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai produk, seperti pilihan motif, ukuran, dan harga, belum tersaji dalam media digital yang terstruktur dan mudah dibagikan. Pemanfaatan strategi pemasaran dan media digital dapat menjadi salah satu upaya untuk mendukung penyebaran informasi mengenai produk UMKM kepada masyarakat yang lebih luas (Rahmat, 2022).

Di era digital, pemanfaatan teknologi informasi menjadi salah satu bagian penting dalam pengembangan UMKM. Digitalisasi memungkinkan informasi mengenai usaha dan produk disampaikan melalui media yang dapat diakses tanpa terbatas pada lokasi fisik. Melalui media digital, informasi produk dapat disusun dan dibagikan secara lebih praktis kepada calon konsumen maupun masyarakat luas (Syukri & Sunrawali, 2022).

Namun, proses digitalisasi UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam pemanfaatan teknologi, pengalaman, dan sarana pendukung. Rendahnya literasi dan keterampilan digital dapat menjadi salah satu faktor yang menghambat proses transformasi digital pada sektor UMKM (Anastasya et al., 2022). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya media digital yang praktis dan mudah digunakan untuk membantu pelaku usaha menyajikan informasi mengenai usaha dan produk mereka. Dalam konteks pengusaha lurik Desa Tlingsing, kebutuhan tersebut berkaitan dengan penyediaan informasi produk yang sebelumnya lebih banyak disampaikan secara langsung kepada pelanggan.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah e-catalog, yaitu katalog digital yang menyajikan informasi produk secara terstruktur dan dilengkapi dengan dokumentasi visual. E-catalog dapat digunakan sebagai media penyediaan informasi mengenai produk, identitas usaha, serta informasi pemesanan dalam satu media yang dapat diakses dan dibagikan melalui tautan. Selain membantu penyajian informasi secara lebih terstruktur, media digital juga dapat mendukung visibilitas usaha dan penyebaran informasi produk kepada calon konsumen (Prameswari et al., 2023). Penyajian informasi produk melalui media digital juga dapat membantu calon konsumen memperoleh informasi mengenai pilihan produk secara lebih praktis (Padli et al., 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pengembangan e-catalog berbasis web bagi pengusaha lurik di Desa Tlingsing. E-catalog dikembangkan secara individual untuk setiap pengusaha dan memuat identitas usaha, profil singkat, alamat, kontak WhatsApp, serta informasi dan dokumentasi produk sesuai dengan kondisi masing-masing usaha. Kegiatan ini bertujuan menyediakan media informasi dan dokumentasi digital yang dapat digunakan oleh pengusaha lurik untuk menyampaikan informasi usaha dan produk secara lebih terstruktur serta mudah dibagikan. Dengan demikian, kegiatan diarahkan pada penyediaan media digital sebagai salah satu bentuk digitalisasi informasi potensi lokal Desa Tlingsing.

METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan partisipatif digunakan untuk melibatkan pengusaha lurik secara aktif dalam proses identifikasi permasalahan, pengumpulan informasi, pengembangan media digital, hingga verifikasi hasil e-catalog. Pendekatan yang melibatkan pelatihan, praktik, dan pendampingan secara langsung dapat membantu pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital (Dewangga et al., 2025). Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Observasi Awal

Observasi dilakukan secara langsung di Desa Tlingsing, Kecamatan Cawas, Kabupaten Klaten untuk mengetahui kondisi usaha lurik, bentuk promosi yang telah digunakan, jenis

produk yang dihasilkan, serta kebutuhan pengusaha dalam mengembangkan media digital. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran kondisi awal mitra sebelum kegiatan dilaksanakan. Tahap identifikasi kondisi dan kebutuhan mitra melalui pengamatan langsung merupakan bagian penting dalam kegiatan pemberdayaan agar program yang diberikan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi masyarakat.

2. Wawancara dengan Pengusaha Lurik

Wawancara dilakukan dengan pengusaha lurik sebagai sumber informasi utama. Wawancara bertujuan memperoleh informasi mengenai profil usaha, sejarah usaha, jenis produk, motif lurik, harga, proses produksi, sistem pemasaran, serta kendala yang dihadapi dalam kegiatan promosi. Data hasil wawancara selanjutnya digunakan sebagai dasar penyusunan informasi yang akan dimasukkan ke dalam e-catalog.

3. Dokumentasi Produk

Dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto produk lurik, motif kain, proses produksi, tempat produksi, dan aktivitas pengusaha. Dokumentasi digunakan sebagai bahan visual dalam e-catalog sehingga informasi mengenai produk dapat disajikan secara lebih informatif. Pemanfaatan konten visual dalam pemasaran digital dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pemasaran kepada calon konsumen (Paransa, 2024).

4. Perancangan dan Pengembangan E-Catalog

Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian diolah menjadi materi e-catalog berbasis web. E-catalog disusun dengan memuat profil pengusaha, deskripsi produk, foto produk, jenis atau motif lurik, informasi harga atau pemesanan, serta kontak pengusaha. Pengembangan e-catalog dilakukan sebagai bentuk pemanfaatan media digital untuk membantu pengusaha dalam menyampaikan informasi usaha dan produk secara lebih praktis. Pemanfaatan media digital pada UMKM dapat mendukung penyediaan informasi usaha dan produk serta memperluas akses terhadap informasi pasar (Paransa, 2024).

5. Implementasi dan Pendampingan

E-catalog yang telah dikembangkan kemudian diperkenalkan kepada pengusaha lurik melalui praktik penggunaan secara langsung. Pendampingan diberikan untuk membantu pengusaha memahami fungsi e-catalog sebagai media informasi digital, cara mengakses e-catalog, serta cara membagikan tautan e-catalog kepada calon konsumen. Tahap pelatihan dan pendampingan dilakukan untuk membantu pengusaha memahami penggunaan media digital secara langsung. Pendampingan implementasi e-marketing pada UMKM dapat membantu pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan usaha (Dewangga et al, 2025).

6. Verifikasi Hasil

Verifikasi dilakukan setelah e-catalog selesai dikembangkan dan diperkenalkan kepada pengusaha lurik. Verifikasi dilakukan melalui pengecekan kembali terhadap informasi usaha, data produk, foto produk, identitas pengusaha, serta tautan e-catalog. Tahap ini dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan dalam e-catalog sesuai dengan data yang diperoleh dari masing-masing pengusaha. Selain itu, dilakukan pengecekan terhadap tampilan dan aksesibilitas e-catalog sebelum tautan diserahkan kepada pengusaha. Hasil verifikasi digunakan sebagai dasar penyelesaian dan penyerahan e-catalog individual kepada masing-masing pengusaha lurik.

7. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan data berdasarkan kondisi awal usaha, kebutuhan pengusaha, informasi produk, proses pengembangan e-catalog, serta hasil implementasi dan verifikasi media digital. Hasil analisis

kemudian digunakan untuk menggambarkan proses digitalisasi informasi usaha dan produk lurik melalui pengembangan e-catalog individual bagi pengusaha lurik Desa Tlingsing. Analisis secara kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi, kebutuhan, serta proses penyusunan informasi usaha dan produk ke dalam media digital.

Kegiatan dilaksanakan di Desa Tlingsing, Kecamatan Cawas, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Pelaksanaan kegiatan meliputi tahap observasi awal, wawancara, dokumentasi produk, perancangan e-catalog, implementasi, pendampingan, dan verifikasi hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kondisi Awal dan Perencanaan Program Digitalisasi E-Catalog Lurik

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di Desa Tlingsing, diketahui bahwa kegiatan usaha lurik menjadi salah satu potensi lokal yang dikembangkan oleh masyarakat setempat. Pengusaha lurik memiliki berbagai produk dengan jenis dan motif yang beragam. Informasi mengenai usaha dan produk lurik diperoleh secara langsung melalui kunjungan kepada pengusaha. Pada tahap awal kegiatan, informasi mengenai identitas usaha, produk, serta kontak pengusaha masih perlu dihimpun dan disusun secara sistematis sebagai bahan penyusunan media informasi digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, dilakukan koordinasi dengan pengurus Sentral Lurik untuk menentukan sasaran kegiatan dan memperoleh informasi mengenai pengusaha lurik yang akan menjadi peserta program. Hasil koordinasi tersebut menjadi dasar dalam menentukan jumlah pengusaha yang akan dibuatkan media informasi digital. Selanjutnya, dilakukan konfirmasi kepada masing-masing pengusaha mengenai kesediaan untuk dibuatkan e-catalog. Hasil konfirmasi menunjukkan terdapat sembilan pengusaha yang bersedia menjadi sasaran kegiatan digitalisasi e-catalog.

Program kemudian direncanakan dalam bentuk pengembangan e-catalog secara individual untuk masing-masing pengusaha lurik. Tahap perencanaan meliputi pendataan informasi usaha dan produk lurik, dokumentasi produk, pengembangan e-catalog individual, serta penyusunan dan implementasi e-catalog. Dengan demikian, setiap pengusaha memiliki e-catalog tersendiri yang memuat informasi mengenai usaha dan produk yang dimiliki.

Pendataan Informasi dan Dokumentasi Usaha Produk Lurik

Pendataan pengusaha lurik dilakukan melalui kunjungan secara langsung kepada pengusaha yang telah ditentukan dalam tahap perencanaan program. Kegiatan pendataan dilakukan dengan mengumpulkan informasi mengenai identitas usaha, nama pemilik, alamat, profil singkat usaha, kontak WhatsApp, serta informasi mengenai produk lurik yang dimiliki. Berdasarkan hasil pendataan, terdapat sembilan pengusaha lurik yang menjadi sasaran program digitalisasi e-catalog. Setiap pengusaha memiliki jenis dan jumlah produk yang berbeda. Data jumlah produk yang berhasil dihimpun dari masing-masing pengusaha disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Produk Lurik yang Didata

No.	Nama Pengusaha	Jumlah Produk
1	Tenun Lurik Klasik ATBM	13
2	Maryani Luruk ATBM	8
3	Tya Lurik	21
4	Lurik Dua Putra	25
5	Lurik Duta ATBM	12
6	Ibra Lurik ATBM	7
7	Lurik ASRI	17

No.	Nama Pengusaha	Jumlah Produk
8	Cahaya Lurik	17
9	Salwa Collection	29
Total	9 Pengusaha	149

Berdasarkan Tabel 1, jumlah produk yang berhasil didata dari sembilan pengusaha lurik sebanyak 149 produk. Jumlah produk terbanyak terdapat pada Salwa Collection dengan 29 produk, sedangkan jumlah produk paling sedikit terdapat pada Ibra Lurik ATBM dengan 7 produk. Data produk yang telah dihimpun selanjutnya digunakan sebagai bahan dalam penyusunan e-catalog masing-masing pengusaha.



Gambar 1. Proses Dokumentasi Produk Lurik pada Salah Satu Pengusaha

Setelah proses pendataan, dilakukan dokumentasi terhadap produk yang tersedia untuk digunakan sebagai bahan penyusunan e-catalog. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan foto produk yang dimiliki oleh setiap pengusaha serta mencatat informasi yang berkaitan dengan produk tersebut. Produk yang didokumentasikan kemudian disesuaikan dengan data yang diperoleh pada saat kunjungan dan pendataan kepada pengusaha.



Gambar 2. Dokumentasi Produk Lurik dari Pengusaha di Desa Tlingsing

Dokumentasi produk dilakukan dengan menampilkan produk yang tersedia pada masing-masing usaha. Foto dan informasi produk yang telah terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan jenis atau kategori produk yang tersedia. Pengelompokan tersebut digunakan sebagai

bahan dalam penyusunan produk pada e-catalog, sehingga produk yang ditampilkan pada setiap e-catalog disesuaikan dengan data dan produk yang dimiliki oleh masing-masing pengusaha.

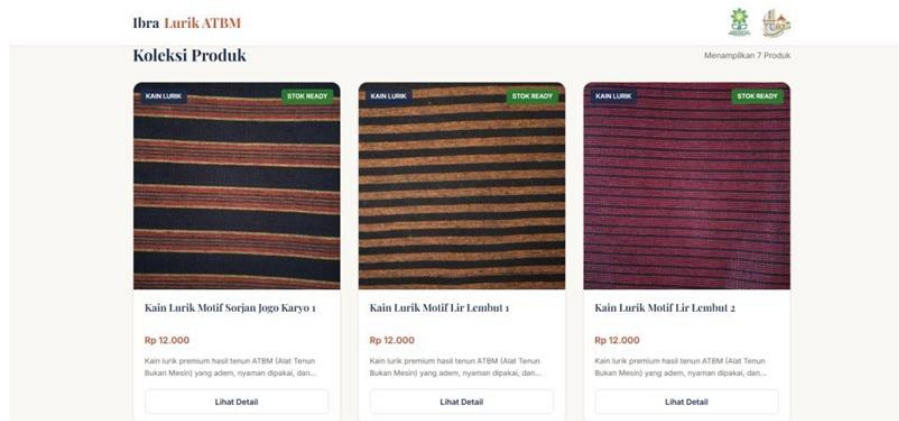
Karena jenis dan jumlah produk yang dimiliki setiap pengusaha berbeda, bahan dokumentasi yang terkumpul pada setiap usaha juga berbeda. Secara keseluruhan, proses pendataan dan dokumentasi menghasilkan informasi serta bahan visual untuk 149 produk dari sembilan pengusaha lurik. Seluruh bahan tersebut selanjutnya digunakan dalam tahap pengembangan e-catalog individual untuk masing-masing pengusaha.

Pengembangan E-Catalog Individual Pengusaha Lurik

Tahap pengembangan e-catalog dilakukan setelah proses pendataan dan dokumentasi produk selesai. Data yang diperoleh dari masing-masing pengusaha kemudian disusun ke dalam media digital berbasis website sesuai dengan identitas dan informasi usaha yang telah dikumpulkan. Informasi yang ditampilkan meliputi banner, logo usaha, nama usaha, nama pemilik, alamat, profil singkat usaha, kontak WhatsApp, serta daftar produk yang tersedia.

Produk yang dicantumkan disesuaikan dengan hasil pendataan dan dokumentasi sebelumnya. Apabila terdapat data atau produk tambahan yang diberikan oleh pengusaha setelah pendataan awal, informasi tersebut turut dimasukkan sebelum e-catalog difinalisasi. Setiap e-catalog dikembangkan secara individual sehingga masing-masing pengusaha lurik memiliki halaman dan tautan tersendiri yang memuat informasi usaha dan produk.

Setelah seluruh data disesuaikan dan diverifikasi, e-catalog difinalisasi sesuai dengan identitas, informasi usaha, dan produk masing-masing pengusaha lurik. Setiap pengusaha memiliki e-catalog yang dikembangkan secara individual dengan tautan tersendiri sebagai media informasi produk.



Gambar 3. Tampilan Produk pada E-Catalog Salah Satu Pengusaha Lurik

Gambar 3 menunjukkan salah satu tampilan produk yang terdapat dalam e-catalog pengusaha lurik. Produk ditampilkan dalam bentuk visual yang dilengkapi dengan informasi mengenai produk sehingga informasi mengenai jenis produk yang tersedia dapat disajikan secara lebih jelas. Penyajian produk dalam bentuk gambar memberikan gambaran mengenai karakteristik produk lurik yang ditawarkan, sedangkan informasi pendukung memberikan keterangan mengenai produk. Dengan demikian, e-catalog tidak hanya memuat identitas usaha, tetapi juga mendokumentasikan produk lurik secara lebih terstruktur dalam bentuk digital.

Tabel 2. Tautan E-Catalog Individual Pengusaha Lurik

No.	Nama Pengusaha	Tautan E-Catalog
1	Tenun Lurik Klasik ATBM	https://tenun-lurik-klasik-atbm.vercel.app/
2	Maryani Luruk ATBM	https://maryani-lurik-atbm.vercel.app/
3	Tya Lurik	https://tya-lurik.vercel.app/

No.	Nama Pengusaha	Tautan E-Catalog
4	Lurik Dua Putra	https://lurik-dua-putra.vercel.app/
5	Lurik Duta ATBM	https://lurik-duta-atbm.vercel.app/
6	Ibra Lurik ATBM	https://ibra-lurik-atbm.vercel.app/
7	Lurik ASRI	https://lurik-asri.vercel.app/
8	Cahaya Lurik	https://katalog-cahaya-lurik.vercel.app/
9	Salwa Collection	https://katalog-salwa-collection.vercel.app/

Setelah seluruh informasi dan produk dimasukkan, e-catalog disusun menjadi media informasi digital yang dapat diakses melalui tautan masing-masing pengusaha. Berdasarkan Tabel 2, terdapat sembilan tautan e-catalog yang dikembangkan untuk sembilan pengusaha lurik di Desa Tlingsing. Setiap tautan mengarah pada e-catalog yang dibuat secara individual, sehingga informasi yang tersedia di dalamnya disesuaikan dengan identitas usaha dan produk yang dimiliki oleh masing-masing pengusaha.

Hasil Akhir Digitalisasi Potensi Lurik Desa Tlingsing

Pelaksanaan program digitalisasi potensi lurik di Desa Tlingsing menghasilkan media informasi digital berupa e-catalog yang dibuat secara individual untuk masing-masing pengusaha lurik. Berdasarkan hasil pendataan dan pengembangan yang telah dilakukan, terdapat sembilan pengusaha yang memperoleh e-catalog dengan tautan yang berbeda. Setiap e-catalog memuat informasi usaha dan produk sesuai dengan data yang diperoleh dari pengusaha masing-masing.



Gambar 4. Tampilan E-Catalog yang Telah Disusun untuk Salah Satu Pengusaha Lurik

Gambar 4 menunjukkan hasil akhir dari proses digitalisasi informasi usaha dan produk salah satu pengusaha lurik di Desa Tlingsing. E-catalog menampilkan informasi usaha yang telah dikumpulkan pada tahap pendataan, seperti identitas usaha, profil singkat, kontak, serta dokumentasi produk lurik. Penyusunan informasi tersebut dalam bentuk website menjadikan data yang sebelumnya diperoleh secara langsung dari pengusaha dapat disajikan dalam bentuk digital dan diakses melalui tautan tertentu.

Tampilan pada Gambar 4 juga menggambarkan bagaimana potensi lurik Desa Tlingsing didokumentasikan melalui media digital dengan tetap mempertahankan informasi sesuai dengan kondisi masing-masing pengusaha. Produk yang ditampilkan merupakan produk yang telah didata dan didokumentasikan sebelumnya, sehingga e-catalog tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyediaan informasi, tetapi juga menjadi bentuk dokumentasi digital mengenai keberadaan dan keragaman produk lurik yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Tlingsing.



Gambar 5. Penyerahan Hasil Akhir E-Catalog Individual Pengusaha Lurik Desa Tlingsing

Gambar 5 menunjukkan proses penyerahan hasil akhir e-catalog kepada pengusaha lurik di Desa Tlingsing. Penyerahan dilakukan setelah proses pendataan, dokumentasi, penyusunan, dan penyesuaian informasi pada masing-masing e-catalog selesai dilakukan. Hasil yang diserahkan berupa tautan e-catalog individual yang dapat diakses secara daring dan memuat informasi mengenai identitas usaha serta produk lurik yang telah didata.

Penyerahan e-catalog kepada masing-masing pengusaha menjadi tahap akhir dari implementasi program digitalisasi potensi lokal Desa Tlingsing. Melalui tahap ini, hasil digitalisasi tidak hanya berhenti pada proses pembuatan website, tetapi juga dapat digunakan oleh pengusaha sebagai media informasi mengenai usaha dan produk yang dimiliki.

Dengan diserahkannya sembilan e-catalog individual tersebut, informasi mengenai potensi produk lurik yang sebelumnya diperoleh melalui proses pendataan lapangan telah tersedia dalam bentuk digital. Pengusaha dapat mengakses dan membagikan tautan tersebut kepada konsumen maupun pihak lain yang membutuhkan informasi mengenai produk yang dimiliki. Dengan demikian, e-catalog dapat digunakan sebagai media penyedia informasi mengenai produk lurik Desa Tlingsing setelah kegiatan program selesai dilaksanakan.

Pembahasan

E-Catalog sebagai Media Informasi Produk Pengusaha Lurik

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan dalam cara penyediaan informasi usaha dan produk lurik. Sebelum kegiatan dilaksanakan, informasi mengenai produk dihimpun secara langsung melalui kunjungan dan komunikasi dengan pengusaha. Setelah kegiatan, informasi tersebut telah disusun dalam bentuk e-catalog yang dapat diakses melalui tautan masing-masing pengusaha. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa informasi yang sebelumnya tersedia secara langsung telah didokumentasikan dan disajikan dalam bentuk digital.

E-catalog yang dihasilkan memuat identitas usaha, profil singkat, alamat, kontak WhatsApp, foto produk, serta informasi mengenai produk yang dimiliki oleh masing-masing pengusaha. Penyajian informasi tersebut memungkinkan calon konsumen atau pihak lain memperoleh gambaran awal mengenai produk tanpa harus memperoleh seluruh informasi melalui komunikasi secara langsung. Pemanfaatan katalog digital juga dapat membantu penyajian informasi produk secara lebih terstruktur dan praktis (Alfandi et al., 2023).

Dalam kegiatan ini, e-catalog lebih tepat diposisikan sebagai **media informasi dan dokumentasi digital**. Meskipun tautan e-catalog dapat dibagikan kepada konsumen, kegiatan ini belum menghasilkan data mengenai peningkatan penjualan, jumlah kunjungan, jumlah calon konsumen, atau perubahan omzet. Oleh karena itu, hasil kegiatan tidak diarahkan untuk menyimpulkan adanya peningkatan pemasaran atau penjualan, tetapi pada tersedianya media digital yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi usaha dan produk.

E-Catalog Individual bagi Pengusaha Lurik

Salah satu karakteristik hasil kegiatan adalah pengembangan e-catalog secara individual. Setiap pengusaha memperoleh satu e-catalog dengan tautan tersendiri yang memuat informasi sesuai dengan identitas usaha dan produk masing-masing. Pola tersebut menghasilkan sembilan e-catalog yang berbeda untuk sembilan pengusaha lurik di Desa Tlingsing.

Pengembangan secara individual memungkinkan informasi produk disusun berdasarkan kondisi masing-masing usaha. Perbedaan jumlah dan jenis produk pada setiap pengusaha dapat ditampilkan tanpa harus menyeragamkan seluruh informasi dalam satu katalog. Dengan demikian, media digital yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyajian produk, tetapi juga sebagai representasi informasi masing-masing unit usaha.

Penyajian informasi usaha melalui media digital sejalan dengan pemanfaatan media digital dalam penyampaian informasi dan pengenalan produk UMKM (Trulline, 2021). Namun, dalam konteks kegiatan ini, fungsi utama e-catalog yang dihasilkan adalah menyediakan informasi dan dokumentasi produk secara digital, sedangkan pemanfaatannya sebagai sarana pemasaran lebih lanjut bergantung pada penggunaan tautan tersebut oleh masing-masing pengusaha.

Pendokumentasian Produk Lurik

Pendokumentasian produk merupakan bagian penting dalam kegiatan karena informasi yang dihimpun tidak hanya digunakan untuk membangun e-catalog, tetapi juga menghasilkan arsip digital mengenai produk yang dimiliki pengusaha. Berdasarkan hasil pendataan, terdapat 149 produk dari sembilan pengusaha yang berhasil dihimpun dan ditampilkan dalam e-catalog.

Produk didokumentasikan melalui foto dan informasi pendukung, kemudian dikelompokkan sesuai dengan jenis atau kategori produk yang tersedia. Proses tersebut menghasilkan informasi produk yang lebih sistematis dibandingkan kondisi ketika informasi hanya diperoleh melalui komunikasi langsung dengan pengusaha. Pendokumentasian dan penyajian produk melalui media digital dapat mendukung penyampaian informasi mengenai produk UMKM kepada masyarakat secara lebih luas (Cahyani et al., 2022).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan digitalisasi tidak hanya menghasilkan sembilan website atau tautan e-catalog, tetapi juga menghasilkan dokumentasi digital terhadap 149 produk lurik. Dokumentasi ini dapat menjadi bahan informasi yang dapat digunakan kembali oleh pengusaha dalam memperkenalkan produk kepada pihak yang membutuhkan informasi.

Kontribusi terhadap Pengembangan Potensi Lokal Desa Tlingsing

Digitalisasi yang dilakukan dalam kegiatan ini memberikan kontribusi pada penyediaan informasi mengenai potensi produk lurik Desa Tlingsing dalam bentuk digital. Sebelum kegiatan, informasi mengenai usaha dan produk diperoleh melalui pendataan dan komunikasi secara langsung. Setelah kegiatan, informasi tersebut telah dihimpun, didokumentasikan, dan disajikan dalam e-catalog yang dapat diakses melalui tautan masing-masing pengusaha.

Kontribusi tersebut terutama terlihat pada tersedianya media dokumentasi dan informasi yang dapat dibagikan kembali oleh pengusaha. Digitalisasi informasi potensi desa melalui media digital dapat membantu menyediakan informasi mengenai produk dan potensi yang dimiliki masyarakat agar lebih mudah diakses (Putra et al., 2024).

Namun, kontribusi kegiatan ini perlu dipahami dalam batas hasil yang diperoleh. Kegiatan belum menyediakan data untuk mengukur peningkatan penjualan, perluasan pasar, atau peningkatan pendapatan pengusaha. Oleh karena itu, hasil yang dapat ditegaskan dari kegiatan ini adalah tersedianya media digital dan dokumentasi produk yang dapat mendukung penyampaian informasi mengenai potensi lurik Desa Tlingsing.

Kebaruan Program Digitalisasi E-Catalog Lurik

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan dan perbandingan dengan kegiatan terdahulu mengenai pemanfaatan media digital pada UMKM (Cahyani et al., 2022; Trulline, 2021), karakteristik yang membedakan program ini terletak pada penerapan e-catalog secara individual

bagi pengusaha lurik di Desa Tlingsing. Setiap pengusaha memiliki e-catalog tersendiri yang disusun berdasarkan identitas usaha dan produk yang dimiliki.

Selain pengembangan media digital, program ini mengintegrasikan proses pendataan langsung, dokumentasi produk, dan penyusunan informasi produk ke dalam e-catalog. Integrasi tersebut menghasilkan media informasi yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing pengusaha. Dengan demikian, hasil kegiatan tidak hanya berupa e-catalog sebagai media informasi, tetapi juga dokumentasi digital terhadap potensi produk lurik dari sembilan pengusaha dengan total 149 produk yang berhasil dihimpun.

Tabel 3. Perbandingan Program Digitalisasi E-Catalog Lurik dengan Kegiatan Terdahulu

Aspek	Kegiatan Terdahulu	Program Digitalisasi E-Catalog Lurik
Sasaran	UMKM atau pelaku usaha secara umum	Pengusaha lurik di Desa Tlingsing
Bentuk Digitalisasi	Pemanfaatan media sosial, e-commerce, atau media digital	E-catalog individual untuk setiap pengusaha
Penyajian Produk	Informasi produk disajikan melalui media digital yang digunakan	Produk disusun berdasarkan data dan kategori masing-masing pengusaha
Pendataan	Disesuaikan dengan kebutuhan kegiatan	Pendataan langsung terhadap 9 pengusaha dan dokumentasi 149 produk
Hasil Kegiatan	Pemanfaatan media digital untuk mendukung pemasaran	9 e-catalog individual yang memuat identitas usaha dan produk masing-masing

KESIMPULAN

Kegiatan digitalisasi potensi lokal melalui pengembangan e-catalog di Desa Tlingsing menghasilkan media informasi dan dokumentasi digital bagi pengusaha lurik. Berdasarkan hasil kegiatan, sebanyak sembilan pengusaha lurik menjadi sasaran program dan menghasilkan sembilan e-catalog individual dengan tautan yang berbeda. Setiap e-catalog memuat identitas usaha, profil singkat, alamat, kontak WhatsApp, serta informasi dan dokumentasi produk dari masing-masing pengusaha. Secara keseluruhan, terdapat 149 produk lurik yang berhasil didata dan disusun ke dalam e-catalog sesuai dengan kondisi masing-masing usaha.

Pelaksanaan kegiatan menghasilkan tersedianya informasi usaha dan produk lurik dalam bentuk digital yang dapat diakses dan dibagikan melalui tautan oleh masing-masing pengusaha. Selain sebagai media penyediaan informasi, e-catalog juga menjadi bentuk dokumentasi digital terhadap produk lurik yang dimiliki oleh pengusaha di Desa Tlingsing. Dengan demikian, kegiatan ini mendukung proses digitalisasi informasi potensi lokal melalui penyediaan media digital yang memuat informasi usaha dan produk tanpa mengubah karakteristik dan keragaman produk dari masing-masing pengusaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu pelaksanaan kegiatan digitalisasi potensi lokal melalui pengembangan e-catalog pengusaha lurik di Desa Tlingsing. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pemerintah Desa Tlingsing, pengurus Sentral Lurik, para pengusaha lurik, serta seluruh warga Desa Tlingsing yang telah memberikan dukungan dan membantu selama proses pelaksanaan kegiatan. Penulis juga

mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota tim peneliti yang telah bekerja sama dalam proses observasi, pendataan, dokumentasi, pengembangan e-catalog, hingga penyusunan artikel ini. Terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

DEKLARASI KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan dan penyusunan artikel ini. Kegiatan ini juga tidak menerima hibah khusus dari lembaga pendanaan di sektor publik, komersial, atau nirlaba.

REFERENSI

- 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. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.725>
- Anastasya, E. A., Salsabilla, J., Komariah, S., & Moeljadi. (2022). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Desa Balaraja. *Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v4i1.7872>
- Cahyani, N., Effendy, M., & Noor, T. D. F. S. (2022). Pemanfaatan digital marketing UMKM berbasis kearifan lokal Batik Bogor melalui media sosial. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(2), 17–22. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v3i2.1644>
- Dewangga, A. W., Paryanto, & Ristadi, F. A. (2025). Pendampingan implementasi e-marketing untuk peningkatan daya saing UMKM di Kampung Emas Bumijo, Jetis, Kota Yogyakarta. *INOTEKS: Jurnal Inovasi Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni*, 29(2), 53–62. <https://doi.org/10.21831/ino.v29i2.90496>
- Padli, Mastur, & Utama, A. H. (2024). E-catalog melalui platform Imooji: Studi desain pesan dalam media promosi digital UMKM. *Journal of Instructional Technology*, 5(1), 77–90.
- Paransa, R. P. J. (2024). Optimalisasi pertumbuhan UMKM di Indonesia melalui pemasaran digital. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 21(2), 164–181. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v21i2.77042>
- 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>
- Rahmat, D. (2022). Optimalisasi digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM pasca pandemi Covid-19 di Desa Parungsueah Kabupaten Sukabumi. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 12–23. <https://ejournal.uksw.edu/jms/article/view/7582>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259–279. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>
- Putra, I. P. B. M., Wijaya, N. Y. A., & Putra, G. J. E. (2024). Digitalisasi potensi Desa Petak Kaja melalui pengelolaan konten website skema: Proyek bidang teknologi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 7303–7309. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.32739>