



**Pembuatan Katalog Produk Digital dan Kode QR Untuk Mitra Usaha Sepatu
Yaiki di Desa Karangdieng, Kabupaten Mojokerto**

***Creation of a Digital Product Catalog and QR Code For Yaiki Shoe Business
Partners in Karangdieng Village, Mojokerto Regency***

Dina Kamelia^{1*}, Ayu Asari², Kristina Shinta P³, Iefant Prasetya Nugroho⁴

¹⁻⁴ Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Email: dinakamelia038@gmail.com¹, ayuasary24@gmail.com², kriistinashinta@gmail.com³,
iefantprasetya1324@gmail.com⁴

Article History:

Received: Juni 15, 2025;

Revised: Juni 30, 2025;

Accepted: Juli 28, 2025

Published: Juli 30, 2025

Keywords: Digital Marketing, Digital Product Catalog, Karangdieng Village, QR Code, Shoe MSMEs

Abstract This community service program is designed to improve the competitiveness and marketing effectiveness of YAIKI's Shoe Business Partners, located in Karangdieng Village, Mojokerto Regency. This improvement effort is carried out through the creation of a digital product catalog integrated with QR codes as a modern promotional medium. The digital product catalog is systematically structured, interactive, and easily accessible, containing comprehensive information on the types, designs, sizes, prices, and advantages of the shoes produced. The catalog's attractive appearance is designed using design software and online platforms, thus conveying a professional impression and increasing consumer appeal. Furthermore, QR codes are created and placed on each product and promotional materials such as brochures, packaging, and posters. By scanning the QR code with a smartphone, consumers can directly connect to the digital catalog without having to manually search for information, thus making the marketing process more efficient and responsive to market needs. The program implementation method includes training in digital catalog creation using free or low-cost graphic design software and online platforms, the creation of QR codes that directly link to the catalog, and technical assistance for partners in implementing this technology into their marketing strategies. The program evaluation demonstrated increased partner understanding of digital technology, ease of product information delivery, and the potential for increased sales and broader market reach. Through this innovation, local shoe businesses in Karangdieng Village have a greater opportunity to compete in the modern market. The implementation of digital catalogs and QR codes is expected to be a practical and sustainable solution to support business growth, strengthen brand image, and encourage economic independence for the local community.

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan daya saing dan efektivitas pemasaran Mitra Usaha Sepatu YAIKI yang berlokasi di Desa Karangdieng, Kabupaten Mojokerto. Upaya peningkatan ini dilakukan melalui pembuatan katalog produk digital yang terintegrasi dengan kode QR sebagai media promosi modern. Katalog produk digital disusun secara sistematis, interaktif, dan mudah diakses, memuat informasi lengkap mengenai jenis, desain, ukuran, harga, serta keunggulan produk sepatu yang dihasilkan. Tampilan katalog dirancang menarik dengan memanfaatkan perangkat lunak desain dan platform online, sehingga mampu memberikan kesan profesional dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Selain itu, kode QR dibuat dan ditempatkan pada setiap produk maupun materi promosi seperti brosur, kemasan, dan poster. Dengan memindai kode QR menggunakan smartphone, konsumen dapat langsung terhubung ke katalog digital tanpa perlu mencari informasi secara manual, sehingga proses pemasaran menjadi lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan pasar. Metode pelaksanaan program meliputi pelatihan pembuatan katalog digital menggunakan perangkat lunak desain grafis dan platform online gratis atau berbiaya rendah, pembuatan kode QR yang langsung terhubung ke katalog tersebut, serta pendampingan teknis bagi mitra dalam penerapan teknologi ini pada strategi pemasaran mereka. Evaluasi program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap pemanfaatan teknologi digital, kemudahan dalam menyampaikan informasi produk, serta potensi peningkatan penjualan dan jangkauan pasar yang lebih luas. Melalui inovasi ini, usaha sepatu lokal di Desa Karangdieng memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar modern. Implementasi katalog digital dan kode QR diharapkan menjadi solusi praktis dan

berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan usaha, memperkuat citra merek, serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat setempat.

Kata Kunci: Desa Karangdieng, Katalog Produk Digital, Kode QR, Pemasaran Digital, UMKM Sepatu

1. PENDAHULUAN

Industri kecil dan menengah (IKM) di Kabupaten Mojokerto memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal, khususnya sektor usaha sepatu yang telah menjadi salah satu industri unggulan di wilayah ini. Desa Karangdieng sebagai salah satu pusat usaha sepatu memiliki potensi besar dalam pengembangan produk alas kaki yang tidak hanya memenuhi kebutuhan lokal tetapi juga berpeluang menembus pasar yang lebih luas. Namun, keterbatasan dalam hal pemasaran dan akses informasi produk menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pelaku usaha sepatu, termasuk Mitra Usaha Sepatu YAIKI, untuk bersaing di era digital saat ini.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pemasaran digital menjadi salah satu solusi strategis yang dapat membantu pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka. Pembuatan katalog produk digital merupakan langkah penting untuk menyajikan informasi produk secara lengkap dan menarik, sehingga memudahkan konsumen dalam mengenal dan memilih produk yang diinginkan. Selain itu, integrasi teknologi kode QR pada produk dapat memberikan kemudahan akses informasi secara cepat dan interaktif, yang sangat relevan dengan perilaku konsumen modern yang mengandalkan perangkat digital dalam berbelanja.

Pelaksanaan program pembuatan katalog produk digital dan kode QR ini diharapkan dapat menjadi solusi inovatif bagi Mitra Usaha Sepatu YAIKI di Desa Karangdieng untuk mengatasi keterbatasan pemasaran konvensional. Dengan adanya katalog digital yang terintegrasi dengan kode QR, mitra usaha dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara online, mempercepat proses komunikasi dengan konsumen, serta membuka peluang pasar baru baik di tingkat lokal maupun nasional. Pendampingan teknis dan pelatihan juga menjadi bagian penting dalam memastikan mitra usaha mampu mengelola dan memanfaatkan teknologi ini secara optimal.

Selain mendukung pengembangan usaha sepatu, program ini juga sejalan dengan upaya pemerintah daerah Kabupaten Mojokerto dalam mendorong pertumbuhan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital. Hal ini penting mengingat sektor UMKM merupakan tulang punggung perekonomian daerah yang membutuhkan inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan zaman agar tetap eksis dan berkembang. Dengan demikian, pembuatan katalog

produk digital dan kode QR tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi Mitra Usaha Sepatu YAIKI, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Industri kecil dan menengah (IKM), khususnya sektor usaha sepatu di Kabupaten Mojokerto, memainkan peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Desa Karangdieng merupakan salah satu sentra produksi sepatu yang memiliki potensi besar dalam menciptakan produk kompetitif berbasis kearifan lokal. Di tengah perkembangan era digital yang pesat, pelaku usaha di wilayah ini masih menghadapi hambatan signifikan dalam aspek pemasaran, distribusi informasi produk, serta keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi informasi secara optimal.

Digitalisasi dalam promosi produk merupakan keniscayaan yang harus diadopsi oleh pelaku UMKM agar mampu bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar global. Salah satu bentuk konkret dari digitalisasi tersebut adalah penerapan katalog produk digital yang dikombinasikan dengan teknologi kode QR. Integrasi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi yang interaktif dan efisien, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membangun citra profesional usaha, memperluas akses konsumen, serta mempercepat proses komunikasi pemasaran. Penguatan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola teknologi ini menjadi hal yang krusial (Utami, et. al., 2024).

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pembuatan katalog digital dan kode QR bagi Mitra Usaha Sepatu YAIKI di Desa Karangdieng dirancang sebagai respons terhadap permasalahan tersebut. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk mengatasi kendala teknis dalam promosi produk, tetapi juga mendorong transformasi digital yang berkelanjutan dalam pengelolaan usaha lokal. Intervensi ini mampu menjadi model penerapan teknologi digital yang aplikatif bagi sektor UMKM sejenis di daerah lain.

2. KAJIAN TEORITIS

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional di Indonesia. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha produktif milik perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu dalam jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan.

UMKM memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan masyarakat. Menurut Hanum & Irawati (2024), UMKM di Indonesia berperan penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat,

mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, dan menjaga stabilitas nasional (Hanum & Irawati, 2024).

Namun demikian, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan akses permodalan, pemasaran, hingga kurangnya literasi keuangan. Penelitian oleh Ernawatiningsih & Arizona (2022) menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan, modal usaha, dan strategi pemasaran sangat berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM, sementara efikasi diri tidak berpengaruh signifikan (Putu et al., 2022)

Literasi keuangan juga merupakan faktor krusial dalam mendukung UMKM mengakses kredit formal. Oktavianti (2017) menemukan bahwa literasi keuangan dan persyaratan kredit berpengaruh positif terhadap kemampuan UMKM mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan resmi. Dari aspek kelembagaan, Nugroho et al. (2014) menunjukkan bahwa koperasi dapat menjadi wadah efektif untuk pengembangan UMKM di tingkat lokal karena memiliki fungsi pemberdayaan yang sejalan dengan program pemerintah.

Dalam konteks teknologi, Amira & Nasution (2023) menyatakan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM, meskipun implementasinya masih terkendala pada biaya awal dan keterampilan digital pelaku usaha (Bunga Amira & Muhammad Irwan Padli Nasution, 2023).

Digitalisasi Promosi Produk

Digitalisasi menjadi salah satu strategi efektif dalam memasarkan produk secara luas dan efisien. Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi digital dapat membantu pelaku usaha menjangkau konsumen dengan lebih cepat, hemat biaya, dan tepat sasaran. Salah satu bentuk digitalisasi promosi adalah melalui katalog digital, yang memuat informasi produk secara visual dan interaktif dalam format PDF, galeri web, atau aplikasi.

Penelitian dari Indonesia menunjukkan bahwa katalog digital memiliki dampak signifikan terhadap efektivitas promosi. Misalnya, desain katalog digital yang dikembangkan dengan aplikasi CorelDraw dan Flipbook Maker pada UMKM di Malang terbukti sangat efektif sebagai media promosi, dengan skor efektivitas EPIC Rate mencapai 4,6 dari 5 (Sunarya et al., 2022).

Selain itu, katalog digital juga digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk mendukung UMKM logam Fancy Copper di Indonesia. Katalog digital terbukti berhasil meningkatkan daya tarik konsumen dan mendorong pertumbuhan penjualan produk khas daerah tersebut (Fathurrahman, 2024).

Katalog Produk Digital

Katalog produk digital adalah media elektronik yang digunakan untuk menyajikan

informasi produk secara sistematis dan interaktif, biasanya dalam bentuk website atau aplikasi yang memudahkan pengguna untuk mengenali, memilih, dan membeli produk. Dalam dunia bisnis, katalog digital terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik visual dan jangkauan pemasaran produk. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan katalog digital dapat memberikan kenyamanan akses informasi bagi pelanggan dan memperluas peluang penjualan, seperti yang diterapkan pada Toko Atlanta yang menggunakan katalog berbasis web untuk produk elektronik (Benatallah, B., & Hamadi, 2022).

Selain untuk promosi, katalog digital juga dimanfaatkan sebagai media edukasi dan pengembangan UMKM. Misalnya, e-katalog digunakan sebagai media pembelajaran interaktif dalam mata kuliah pembuatan busana yang terbukti sangat layak digunakan oleh mahasiswa, dan juga dimanfaatkan untuk mempromosikan produk lokal UMKM seperti di Desa Duwet dan Desa Rembun (Himma et al., 2024). Dengan fitur visual, navigasi yang mudah, dan fleksibilitas akses, katalog digital menjadi sarana strategis untuk edukasi dan pemasaran yang efektif di era digital.

Quick Response (QR) Code

QR Code merupakan teknologi yang digunakan untuk menyimpan dan mengakses data secara cepat melalui pemindaian menggunakan perangkat digital. Menurut ISO/IEC 18004, QR Code memungkinkan integrasi media fisik dan digital dengan menyimpan URL, teks, atau data produk tertentu. Dalam konteks promosi UMKM, QR Code menjadi solusi praktis untuk mengarahkan konsumen langsung ke katalog digital, media sosial, atau marketplace.

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Teknologi

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Teknologi merupakan pendekatan strategis untuk meningkatkan kesejahteraan, kemandirian, dan kapasitas masyarakat dengan memanfaatkan inovasi dan penerapan ilmu pengetahuan. Teknologi berperan sebagai alat bantu dalam proses difusi pengetahuan, peningkatan produktivitas, dan penciptaan lapangan kerja baru. Contoh nyatanya adalah implementasi sistem pertanian terpadu berbasis teknologi seperti *SIJASA* (Sistem Integrasi Jagung dan Sapi), yang terbukti mampu meningkatkan pendapatan masyarakat pedesaan serta menciptakan model pertanian berkelanjutan (Gutierrez, 2016).

Selain sektor pertanian, teknologi juga mendukung inovasi produk lokal dan pengolahan hasil alam, seperti pelatihan pembuatan *Virgin Coconut Oil (VCO)* di Tasikmalaya yang membantu masyarakat menciptakan usaha baru berbasis sumber daya lokal (Mashur et al., 2021). Pendekatan teknologi tidak hanya sebatas alat bantu, tetapi menjadi penggerak utama dalam transformasi sosial ekonomi masyarakat jika dikawal oleh edukasi, pendampingan, dan sinergi antarlembaga.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif partisipatoris yang mencakup identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan pembuatan katalog digital dan kode QR, implementasi teknologi, serta evaluasi melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan efektivitas program, peningkatan kapasitas digital mitra, serta keberlanjutan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk.

Metode pelaksanaan kegiatan pembuatan katalog produk digital dan kode QR untuk Mitra Usaha Sepatu YAIKI di Desa Karangdieng, Kabupaten Mojokerto dimulai dengan tahap persiapan. Pada tahap ini dilakukan survei dan identifikasi kebutuhan mitra usaha terkait pemasaran produk serta penggunaan teknologi digital. Selain itu, disiapkan materi pelatihan yang akan diberikan serta dilakukan koordinasi dengan pihak desa dan mitra usaha untuk memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan.

Tahap berikutnya adalah pembuatan dan integrasi kode QR. Pada tahap ini, kode QR dibuat dan dihubungkan langsung dengan katalog produk digital. Mitra usaha dilatih untuk memahami cara pembuatan, pemasangan, serta pemanfaatan kode QR pada produk sepatu dan media promosi. Pemasangan kode QR pada produk fisik dan materi pemasaran bertujuan untuk memudahkan konsumen mengakses katalog digital secara cepat dan praktis melalui smartphone.

Terakhir, dilakukan tahap pendampingan dan evaluasi. Pendampingan teknis diberikan selama proses implementasi katalog digital dan penggunaan kode QR agar mitra dapat mengoperasikan teknologi tersebut secara mandiri. Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dan wawancara untuk mengetahui efektivitas penggunaan katalog digital dan kode QR dalam meningkatkan pemasaran produk. Dari hasil evaluasi, diberikan rekomendasi perbaikan dan pengembangan berkelanjutan agar pemasaran digital Mitra Usaha Sepatu YAIKI semakin optimal dan mampu memperluas jangkauan pasar produk sepatu lokal di Desa Karangdieng.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Karangdieng, Kabupaten Mojokerto, menghasilkan luaran berupa pembuatan katalog produk digital dan penerapan kode QR untuk mitra usaha sepatu YAIKI. Katalog digital ini disusun secara sistematis dengan menampilkan berbagai jenis produk sepatu buatan lokal, lengkap dengan informasi seperti nama produk, ukuran yang tersedia, harga, serta deskripsi singkat yang disertai foto produk beresolusi tinggi. Katalog tersebut dirancang dalam format PDF dan versi digital yang dapat

diakses melalui tautan atau dipindai menggunakan QR code. Tujuannya adalah untuk memudahkan promosi produk secara online, baik melalui media sosial maupun aplikasi pesan instan seperti WhatsApp.

Penerapan kode QR menjadi bagian penting dari proses digitalisasi usaha, di mana setiap produk diberikan kode QR unik yang mengarah ke katalog atau detail produk tertentu. Kode QR ini kemudian dicetak dan ditempel pada kemasan produk, etalase, serta media promosi lainnya. Hal ini mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi produk hanya dengan memindai QR code melalui ponsel mereka. Selain meningkatkan kemudahan promosi, penggunaan katalog digital dan QR code juga memberikan kesan profesional serta meningkatkan daya tarik visual produk sepatu YAIKI.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan mitra usaha, implementasi katalog digital dan QR code memberikan dampak positif, di antaranya adalah meningkatnya efisiensi dalam memperkenalkan produk kepada calon pembeli, meningkatnya daya tarik visual katalog, serta kemudahan dalam menyebarkan informasi produk melalui media sosial. Meski demikian, beberapa tantangan ditemukan selama pelaksanaan, seperti rendahnya pemahaman awal mitra terhadap penggunaan teknologi QR code serta keterbatasan perangkat digital. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pengabdian memberikan pelatihan singkat serta menyediakan versi cetak katalog sebagai alternatif. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung penguatan branding dan pemasaran digital bagi UMKM lokal di wilayah tersebut.

Transformasi digital menjadi keharusan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam merespons dinamika pasar yang semakin kompetitif. Mitra Usaha Sepatu YAIKI di Desa Karangdieng, Kabupaten Mojokerto, merupakan representasi sektor UMKM yang memiliki potensi produk lokal namun mengalami keterbatasan dalam strategi pemasaran berbasis digital. Oleh karena itu, intervensi melalui pembuatan katalog produk digital dan integrasi kode QR menjadi langkah strategis yang relevan dan kontekstual.

Pembuatan katalog digital tidak hanya menyajikan produk dalam format visual yang menarik, tetapi juga merepresentasikan identitas dan profesionalisme UMKM di tengah era informasi. Katalog ini dirancang secara sistematis, interaktif, dan informatif sehingga dapat diakses dengan mudah oleh calon konsumen melalui berbagai platform digital. Pendekatan ini memungkinkan penyebaran informasi produk secara cepat dan luas, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Integrasi teknologi Quick Response (QR) code menjadi pelengkap penting dalam ekosistem pemasaran digital. Dengan menyematkan kode QR pada kemasan produk maupun media promosi, UMKM dapat menjembatani media fisik ke kanal digital secara instan. Hal ini

sangat mendukung tren perilaku konsumen masa kini yang mengandalkan perangkat seluler untuk melakukan pencarian informasi dan pembelian produk secara cepat (Hendrawan, & Putra, 2022).

Metodologi pelaksanaan kegiatan ini mencakup survei kebutuhan mitra, pelatihan teknis penggunaan perangkat lunak desain dan platform digital, serta pendampingan dalam proses produksi dan implementasi. Pendekatan ini bersifat partisipatif, memastikan bahwa pelaku usaha tidak hanya sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek aktif yang dilibatkan dalam setiap tahap kegiatan, sehingga menciptakan keberlanjutan pasca-intervensi.

Evaluasi awal menunjukkan bahwa kegiatan ini mampu meningkatkan literasi digital mitra usaha, memperkuat kemampuan dalam menyampaikan informasi produk, serta membuka peluang penetrasi pasar yang lebih luas. Dalam praktiknya, konsumen dapat langsung mengakses katalog digital dengan memindai QR code melalui smartphone, sehingga terjadi efisiensi dalam proses promosi dan komunikasi produk. Meskipun demikian, tantangan tetap dihadapi, terutama dalam aspek kesiapan infrastruktur dan keterbatasan perangkat teknologi yang dimiliki oleh mitra. Beberapa pelaku usaha menunjukkan keraguan awal karena minimnya pengalaman menggunakan teknologi digital. Namun hambatan ini diantisipasi dengan strategi pelatihan berulang, penyediaan manual penggunaan, dan pendampingan intensif selama masa transisi teknologi (Khouroh, et. al., 2025).

Secara substansial, kegiatan ini berimplikasi pada penguatan kapasitas UMKM dalam mengadopsi teknologi digital yang berdampak langsung pada daya saing dan branding produk. Katalog digital tidak hanya memfasilitasi informasi produk, melainkan juga menjadi sarana promosi berbiaya rendah dengan jangkauan tinggi. Hal ini sangat relevan dengan kebutuhan UMKM yang selama ini menghadapi kendala dalam mengakses media promosi konvensional yang mahal.

Kegiatan ini juga memperkuat kolaborasi antara akademisi dan pelaku usaha lokal dalam upaya pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi. Peran perguruan tinggi sebagai agen perubahan (*agent of change*) direalisasikan melalui alih teknologi yang aplikatif dan terukur. Kolaborasi semacam ini menjadi model pengembangan UMKM berbasis triple helix yang melibatkan akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah lokal. Dengan adanya hasil konkret berupa katalog digital dan kode QR, kegiatan ini memberikan kontribusi langsung terhadap keberlangsungan usaha sepatu lokal di Karangdieng. Produk yang sebelumnya hanya dikenal secara lokal kini memiliki peluang untuk dikenal secara lebih luas, baik melalui media sosial maupun platform komunikasi digital lainnya. Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah terciptanya UMKM yang adaptif, inovatif, dan mandiri dalam era transformasi digital

(Judijanto, et. al., 2025).

Pembuatan katalog digital dan kode QR merupakan langkah inovatif dan solutif untuk mengatasi permasalahan klasik dalam pemasaran produk UMKM. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi komunikasi pemasaran, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam membangun citra dan keberlanjutan usaha. Pendekatan ini patut direplikasi dalam konteks UMKM lainnya sebagai strategi pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pembuatan katalog produk digital dan kode QR bagi Mitra Usaha Sepatu YAIKI di Desa Karangdieng, Kabupaten Mojokerto, telah memberikan kontribusi nyata dalam mendukung transformasi digital pemasaran produk UMKM lokal. Kegiatan ini berhasil menghasilkan katalog digital yang informatif dan menarik serta integrasi kode QR yang memudahkan akses konsumen terhadap informasi produk secara cepat dan efisien.

Dari hasil implementasi, katalog digital dan QR code terbukti mampu meningkatkan visibilitas, efisiensi promosi, dan daya tarik visual produk sepatu. Mitra usaha juga mulai menunjukkan pemahaman dan kesiapan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usahanya. Meskipun terdapat kendala dalam aspek literasi digital dan keterbatasan perangkat, hal ini dapat diatasi melalui pendampingan dan pelatihan yang intensif. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperkuat branding usaha sepatu YAIKI, tetapi juga berperan dalam mendorong pemberdayaan UMKM melalui inovasi teknologi yang berkelanjutan.

REFERENCE LIST

- Benatallah, B., & Hamadi, R. (2002). Perancangan e-katalog berbasis web pada RR Collection Sampit sebagai media branding menggunakan aplikasi Figma. *EJECTS: E-Journal Computer, Technology and Informations System*, 2(1), 8–13.
- Bunga, A., & Nasution, M. I. P. (2023). Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam meningkatkan efisiensi dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(4), 362–371. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i4.1354>
- Fathurrahman, A. (2024). Designing a catalog of UMKM metal crafts in fancy copper as a branding and marketing media. *Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna*, 5(1), 51–60. <https://doi.org/10.47942/jpttg.v5i1.1558>
- Gutierrez, E. (2016). 濟無No title no title no title. 6(April), 1–23.

- Hanum, N., & Irawati, A. (2024). Pendekatan manajemen strategi berbasis perspektif terhadap pengembangan jiwa wirausaha bagi pelaku UMKM dalam mengelola potensi usaha kuliner di Kabupaten Sampang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2539–2547. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1116>
- Hendrawan, M. R., & Putra, P. (2022). *Integrasi manajemen pengetahuan dan literasi informasi: Pendekatan konsep dan praktik*. Universitas Brawijaya Press.
- Himma, M., Poernamawati, D. E., Zaini, A., Sulasari, A., Muwidha, M., & Suwarni, E. (2024). Pelatihan dan pendampingan pembuatan katalog produk pada UMKM Mitra Polinema di Desa Duwet Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(1), 62–66. <https://doi.org/10.33795/abdimas.v11i1.5411>
- Judijanto, L., Irianto, I., Mulyeni, Y., & Yuliah, A. (2025). *Literasi kewarganegaraan dan pendidikan karakter*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Khamidah, A., Antarlina, S. S., & Sudaryono, T. (2017). Ragam produk olahan temulawak untuk mendukung keanekaragaman pangan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pertanian*, 36(1), 1–12. <https://doi.org/10.21082/jp3.v36n1.2017.p1-12>
- Khouroh, U., Windhyastiti, I., Ratnaningsih, C. S., Lelly, S. W., Setyanti, H., & Hidayatullah, S. (2025). *Model bisnis terintegrasi agrosociopreneur: Perspektif digital coopetition marketing*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Mashur, M., Subagio, S., Hamid, G., & Oktaviana, D. (2021). Pemberdayaan masyarakat Desa Taman Ayu melalui inovasi teknologi sistem integrasi jagung dan sapi (SIJASA). *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 3(2), 57–69. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v3i2.422>
- Putu, N., Ernawatiningsih, L., & Arizona, P. E. (2022). Analisis keberhasilan usaha mikro kecil menengah (Studi kasus UMKM di Kecamatan Denpasar Utara). *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 3(2), 128–138. <https://doi.org/10.51713/jamas.v3i2.57>
- Ramadhani, U. (2023). Pemberdayaan perempuan melalui pembuatan permen jelly kunyit sebagai peningkat imun tubuh pada era pandemi Covid-19 di Perumahan Griya Damai Lestari Kelurahan Sabah Balau Lampung Selatan. *Jurnal DiMas*, 5(1), 30–34. <https://doi.org/10.53359/dimas.v5i1.50>
- Sunarya, L., Lestari, K. S., & Cholishoh, Z. (2022). Desain katalog digital penunjang informasi dan promosi pada Sheen Production. *MAVIB Journal*, 3(1), 23–32. <https://doi.org/10.33050/mavib.v3i1.1543>
- Utami, T., Purnomo, B., Estiana, R., Padilah, H., Harto, B., Judijanto, L., & Nurrohman, R. (2024). *UMKM digital: Teori dan implementasi UMKM pada era Society 5.0*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.