



## Diagonal (Digitalisasi Keanekaragaman Potensi Lokal) Sebagai Upaya Promosi Produk-Produk UMKM di Kelurahan Randusari Kota Pasuruan

Dyajeng Puteri Woro Subagio ✉, Sri Hastari, Agnes Ratna Pudyaningsih

Universitas Merdeka Pasuruan

Jl. Ir. H. Juanda No.68, Tapaan, Kec. Bugul Kidul, Kota Pasuruan, Jawa Timur 67129, Indonesia

| [dyajengsubagio@unmerpas.ac.id](mailto:dyajengsubagio@unmerpas.ac.id) ✉ | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i4.1958> |

### Abstrak

Kelurahan Randusari merupakan salah satu wilayah kelurahan di Kota Pasuruan yang terkenal dengan pengrajin meuble dan furniture. Wilayah ini dikenal sebagai pembuat gerabah khususnya cobek, namun banyak produk UMKM Randusari yang diakui oleh pihak lain, sehingga meski memiliki potensi yang unggul namun citra potensi lokal Randusari kurang terlihat dimata masyarakat di luar kota Pasuruan. Perlu adanya upaya promosi dan digitalisasi untuk mempublikasi keanekaragaman potensi lokal agar dikenal oleh publik dan masyarakat umum sebagai identitas unggulan kelurahan Randusari. Program *abdimas* ini dilakukan dengan metode *survey sensus* semua UMKM di wilayah kelurahan Randusari. Data UMKM digolongkan sesuai dengan jenis produk dan lokasi tempat usaha berdasarkan RW, kemudian di desain menjadi suatu buku katalog UMKM yang disertai dengan foto produk unggulan serta informasi-informasi terkait UMKM di kelurahan Randusari, kota Pasuruan. Tim *abdimas* Unmer Pasuruan berhasil melaksanakan program sebagai upaya penanganan masalah tersebut dengan membuat luaran katalog berupa buku dan platform digital (blog). Terdapat program tambahan yaitu pojok UMKM di kantor Kelurahan Randusari berupa stan photobooth terbuat dari limbah mebel yang disusun sedemikian rupa sehingga menjadi gambaran produk-produk unggulan kelurahan Randusari. Melalui program *abdimas* ini diharapkan potensi lokal Randusari dikenal oleh masyarakat luas, identitas produk UMKM tidak diakui oleh pihak lain, dan konsumen dapat berbelanja langsung di kelurahan Randusari sehingga perekonomian masyarakat Randusari meningkat.

**Kata Kunci:** Promosi, Produk, Potensi lokal, UMKM, Katalog UMKM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## 1. Pendahuluan

UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah yang paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi terutama di Indonesia. UMKM turut berperan penting dalam pembangunan ekonomi, pengurangan kemiskinan dan pembukaan lapangan pekerjaan serta peningkatan kesejahteraan masyarakat di negara berkembang (Bukit *et al.*, 2019). Pemberdayaan UMKM di tengah dunia usaha yang begitu ketat membuat pelaku UMKM harus mampu bersaing dengan meningkatkan inovasi produk, peningkatan sumber daya manusia dan teknologi yang digunakan serta perluasan cakupan publikasi dan pemasaran (Puspitaningtyas *et al.*, 2013). Hal ini bertujuan agar nilai jual produk UMKM semakin meningkat dan dapat bersaing dengan produk-produk pesaing dan dikenal serta dapat meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya pelaku UMKM. Upaya pemasaran produk sejatinya

bukan hanya tanggung jawab utama dari pelaku usaha akan tetapi juga dibutuhkan peran serta pemerintah dan akademisi guna mensinergikan kemampuannya untuk perkembangan UMKM di wilayah setempat (Mafaza & Setyowati, 2020).

Kelurahan Randusari merupakan wilayah yang berada di sisi barat Kota Pasuruan yang memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Dengan luas wilayah sebesar 0.34 km<sup>2</sup> dan penduduk berjumlah 2.807 jiwa ([pasuruankota.bps.go.id](http://pasuruankota.bps.go.id), 2015), Randusari diklasifikasikan sebagai salah satu Kelurahan yang sangat produktif di kota Pasuruan (Primasworo, 2017). Lurah Randusari menyatakan bahwa terdapat 105 UMKM yang berada di kelurahan Randusari, 95 diantaranya merupakan UMKM kerajinan meuble dan sisanya merupakan usaha di bidang tembikar atau gerabah serta pembuat kripik singkong.

Keanekaragaman potensi lokal dan UMKM yang ada di kelurahan Randusari tidak serta merta membuat daerah tersebut terlihat unggul di mata masyarakat khususnya di luar kota Pasuruan. Sebagai kelurahan dengan kategori sangat produktif, Randusari memiliki keanekaragaman potensi lokal yang dapat dikembangkan untuk kesejahteraan masyarakat. Akan tetapi, permasalahan muncul ketika banyak produk-produk lokal yang diakui oleh pihak lain. Kepala kelurahan menyebutkan bahwa saat ini banyak produk-produk UMKM yang dibranding ulang oleh pihak lain, khususnya produk meubelair atau furniture. Biasanya hal ini terjadi ketika adanya permintaan produk setengah jadi oleh pihak kedua di luar wilayah Pasuruan seperti Jepara dan Bali. Setelah menerima produk dari kelurahan Randusari, pihak kedua melakukan *finishing* pada produk sekaligus memberikan *brand* yang berbeda seolah-olah asli produksi dari awal sampai akhir oleh mereka dan tentunya akan berimbas pada citra wilayah dimana produk itu dijual pada konsumen akhir hilangnya identitas meuble sebagai produk asli buatan Randusari. Hal semacam ini membuat kelurahan Randusari dan UMKM yang ada di dalam wilayahnya kurang tersorot oleh publik. Selain itu, permasalahan muncul pada sektor usaha gerabah atau tembikar. Dahulu sebelum berkembangnya industri meubel, Randusari terkenal dengan pengrajin tembikar. Kerajinan tembikar kelurahan Randusari ramai dibeli oleh masyarakat untuk kebutuhan dapur seperti cobek, tempat memasak, bahkan kendil atau tempat air minum. Akan tetapi seiring berkembangnya zaman, peralatan yang digunakan masyarakat pun mulai berganti ke bahanbahan stainless atau plastik, mengakibatkan minat masyarakat terhadap perabotan berbahan baku tembikar berkurang. Keadaan ini diperburuk dengan kurangnya regenerasi pengrajin tembikar, saat ini pengrajin tembikar di kelurahan Randusari hanya tersisa 2 lokasi pembuatan tembikar.

Pengrajin merupakan masyarakat lansia yang masih bertahan dengan permintaan tembikar yang hanya ramai pada saat waktu-waktu tertentu terutama pada saat *event-event* keagamaan seperti Maulid Nabi Muhammad saw padahal jika kerajinan tembikar dapat dipublikasi dengan baik, besar kemungkinan masyarakat ataupun konsumen mengetahui dan memesan tembikar langsung ke pengrajin di kelurahan Randusari. Dengan kata lain, publikasi merupakan solusi yang dapat membantu pemasaran kerajinan gerabah dan produk UMKM Randusari lainnya agar dikenal dan diminati oleh konsumen. Kemajuan teknologi informasi saat ini memiliki peluang tersendiri bagi strategi promosi dan pemasaran produk UMKM (Lestari & Saifuddin, 2020).

Peluang pemasaran melalui media teknologi informasi tersebut dapat dimanfaatkan oleh UMKM serta pemerintah daerah untuk memperkenalkan produk-produk unggulannya melalui dunia maya ke pasaran masyarakat global. Akan tetapi ada masalah lainnya dalam memanfaatkan IPTEK untuk dijadikan media promosi produk UMKM kurangnya kemampuan pelaku UMKM serta pemerintah dalam

mendata serta membuat katalog produk yang dapat berupa buku maupun katalog secara online yang lebih mencakup target yang lebih luas. Kondisi UMKM di wilayah Randusari dapat ditunjukkan seperti [Gambar 1](#).



**Gambar 1.** UMKM yang ada di Kelurahan Randusari

Berdasarkan analisis situasional dari permasalahan yang terjadi di kelurahan Randusari, tim program pengabdian masyarakat mengusulkan program Abdimas yang diharapkan mampu membantu dalam menangani permasalahan yang terjadi yaitu dengan upaya **DIAGONAL** (**D**igitalisasi **k**e**A**nekar**G**aman **p**Ote**N**si **l**ok**A**L) di kelurahan Randusari. Program ini dilakukan dengan pendataan semua UMKM dan potensi lokal unggulan di Randusari yang kemudian dijadikan buku katalog serta dipublikasikan secara digital agar dapat dibaca oleh cakupan masyarakat lebih luas. Katalog produk dianggap mampu menjadi sarana pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk ([Rafiah & Kirana, 2019](#)). Penggunaan katalog mulai berkembang pada awal abad 20-an. Katalog digunakan untuk mempromosikan berbagai jenis barang, seperti perlengkapan rumah tangga, kosmetik, bahkan mobil ([Keep & Nat, 2014](#)). Pelaku UMKM dapat menggunakan katalog produk sebagai media persuasif yang dapat mempengaruhi konsumen yang kemudian mempengaruhi niat pembelian ([Suka & Lubis, 2019](#)).

Solusi permasalahan kurang terpublikasinya keanekaragaman potensi lokal dan UMKM di Kelurahan Randusari dapat ditangani salah satunya dengan cara **DIAGONAL** (**D**igitalisasi **k**e**A**nekar**G**aman **p**Ote**N**si **l**ok**A**L) Randusari. Upaya ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab pemerintah dan akademisi dalam mempromosikan UMKM yang ada di wilayah tersebut melalui buku katalog dan platform digital ([Mafaza & Setyowati, 2020](#)). Dua luaran tersebut menjadi target program abdimas sebab buku katalog secara fisik dapat dibawa kemana-mana oleh pihak Kelurahan sebagai ajang promosi dan publikasi digital berguna agar promosi tersebut bisa mencakup masyarakat yang lebih luas. Katalog produk menyajikan informasi produk sesuai jenis, kategori, maupun fungsi ([Mangifera et al., 2016](#)). Oleh karena itu, katalog hendaknya disusun menggunakan konten sederhana namun memuat informasi yang jelas sehingga memudahkan konsumen mencari produk yang dibutuhkan. Selain itu, tampilan produk hendaknya dibuat menarik sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan ([Palma & Andjarwati, 2016](#)). Publikasi tidak hanya berkaitan dengan promosi UMKM saja, tetapi juga sebagai upaya eksistensi dan pembangunan citra pemerintah daerah setempat ([Puspawati & Ristanto, 2018](#)).

## 2. Metode

---

Metode pelaksanaan program abdimas yang diusulkan oleh tim dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di Kelurahan Randusari yaitu dengan metode sensus semua pelaku UMKM di wilayah kelurahan Randusari yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Merdeka Pasuruan. Program ini dilakukan selama 3 bulan yaitu mulai Bulan Juni-Agustus 2021. Rincian metode kegiatan pada program DIAGONAL (DIGitalisasi keAnekaRGamay pOteNsi loKAL) di kelurahan Randusari.

### 2.1. Survey Lokasi dan Identifikasi Permasalahan yang Terjadi di Kelurahan Randusari

Identifikasi masalah dilakukan dengan melakukan pertemuan dengan pihak kelurahan Randusari terkait dengan permasalahan-permasalahan yang sedang terjadi di daerahnya. Tim abdimas melakukan survey lokasi-lokasi UMKM yang ada di wilayah Randusari dengan didampingi pihak kelurahan untuk mengetahui metode serta pembagian tugas kepada tim pada saat program dilakukan. Kegiatan ini ditunjukkan pada [Gambar 2](#).



**Gambar 2.** Survey Lokasi UMKM

### 2.2. Penyusunan Rancangan Solusi

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang dialami pihak kelurahan Randusari, tim pengabdian kepada masyarakat menentukan satu solusi kepada pihak kelurahan untuk bersama-sama mendata UMKM yang ada di kelurahan Randusari yang kemudian dijadikan satu katalog publikasi baik berupa buku maupun media digital.

### 2.3. Penandatanganan MoU Antara Pemerintah Kelurahan Randusari dengan Tim Abdimas.

Penandatanganan MoU sebagaimana ditunjukkan [Gambar 3](#) dilakukan agar semua kegiatan yang berkaitan dengan program ini memiliki dasar hukum yang jelas dan disepakati oleh pihak kelurahan Randusari dan tim abdimas dari Universitas Merdeka Pasuruan.



**Gambar 3.** Penandatanganan MoU dengan Lurah Randusari

#### 2.4. Pembentukan Tim Teknis DIAGONAL yang Terdiri dari Pihak Kelurahan Randusari dan Tim Abdimas UNMER

Tim dibagi berdasarkan jumlah RW yang terdapat di Kelurahan Randusari. Wilayah Randusari memiliki 8 RW sehingga tim dibagi menjadi 8 kelompok. Hal ini bertujuan agar mempermudah dan mempercepat pendataan.

#### 2.5. Sosialisasi *Door To Door* Kepada Seluruh UMKM Wilayah Randusari

Sosialisasi awal dilakukan kepada seluruh Ketua RW setempat baik melalui surat maupun secara langsung. Hal ini bertujuan agar Ketua RW ikut serta membantu tim abdimas untuk sosialisasi dan mengarahkan lokasi UMKM yang terdapat di wilayah RW tersebut.

#### 2.6. Pendataan, Wawancara, Serta Pemetaan Seluruh UMKM Randusari

Pendataan dilakukan langsung di lokasi UMKM dengan wawancara langsung kepada pemilik usaha. Hal ini dilakukan agar data yang didapatkan tepat. Selain itu tim survey juga melakukan sesi dokumentasi produk-produk unggulan tiap UMKM, hal ini dimaksudkan agar produk-produk tersebut secara visual dapat dilihat oleh masyarakat di katalog UMKM kelurahan Randusari. Data yang didapatkan melalui survey digolongkan sesuai dengan wilayah RW maupun jenis produk. Kegiatan ini dapat disajikan pada **Gambar 4**.



**Gambar 4.** Dokumentasi Wawancara Dengan UMKM

### 2.7. Pembuatan Desain Buku Katalog dan Platform Digital Berupa Blog

Desain katalog dibuat *simple* agar menarik dan mudah dibaca oleh masyarakat. Katalog cetak berupa buku digunakan sebagai strategi pemasaran konvensional. Katalog ini dapat dibawa oleh pihak kelurahan dalam upaya promosi UMKM. Sasarannya yaitu generasi *baby boomers* yang lebih nyaman membaca dengan cara konvensional. Selain itu, tim juga mendesain katalog digital guna mencapai target yang lebih luas serta mempermudah masyarakat dalam mengakses katalog UMKM. Targetnya yaitu masyarakat atau konsumen potensial yang melek akan teknologi seperti generasi milenial dan generasi Z.

### 2.8. Penyerahan, Pengunggahan Buku Katalog dan Katalog Digital

Penyerahan buku katalog dilakukan langsung kepada pihak Kelurahan Randusari agar nantinya dapat digunakan dalam upaya publikasi produk-produk UMKM di wilayahnya. Katalog diunggah secara *online* di halaman website kelurahan Randusari sehingga memudahkan masyarakat luas untuk membaca dan melihat isi katalog.

## 3. Hasil dan Pembahasan

---

Penandatanganan nota kesepahaman (MoU) dilakukan sebagai awal pelaksanaan kegiatan setelah dilakukan perancangan guna menentukan solusi atas permasalahan mitra terkait publikasi UMKM. Hal ini dilakukan agar program yang dilakukan memiliki dasar hukum yang jelas dan disepakati oleh pihak kelurahan Randusari dan tim abdimas dari Universitas Merdeka Pasuruan. Pelaksanaan program abdimas sejatinya menemui kendala akibat Covid-19 varian delta. Agar program tetap berjalan dan kesehatan tim serta target pelaku UMKM terjaga, ketua tim abdimas membagi tim menjadi sub tim menjadi 8 kelompok, setiap tim tidak lebih dari 3 orang, dengan pembagian setiap sub kelompok tim melakukan pendataan UMKM per RW dari 8 RW yang ada di wilayah kelurahan Randusari.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan melakukan sosialisasi kepada ketua RW dengan memberikan pemaparan terkait rencana pendataan UMKM di wilayahnya guna menyusun katalog UMKM. Pendataan UMKM dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat sesuai dengan aturan PPKM yang telah dibuat oleh pemerintah. Surat pengantar dari kelurahan ditunjukkan pada pelaku usaha dan warga masyarakat sebagai bentuk perijinan dan legalitas kegiatan pendataan.

Kegiatan pendataan dapat terlaksana dengan lancar dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat sesuai dengan ketentuan pemerintah terkait pandemi Covid-19. Kegiatan pendataan oleh tim abdimas ditunjukkan pada **Gambar 5**. Beberapa kendala ditemui oleh tim abdimas seperti pemilik usaha yang tidak berada di luar kota atau sibuk pada saat tim berkunjung. Hal ini menyebabkan target pendataan sedikit terhambat karena tim harus menunggu informan selaku pemilik usaha bisa diwawancarai.



**Gambar 5.** Pendataan UMKM Oleh Tim

Berdasarkan hasil pendataan didapatkan bahwa di kelurahan Randusari terdapat 85 UMKM yang mana 90% nya merupakan usaha meubel atau sejenisnya. Usaha mebel saat ini memang mendominasi tidak hanya kelurahan Randusari tetapi beberapa kelurahan tetangga seperti Bukir, Krapyak, dan Sebani. Berdasarkan pendataan yang dilakukan oleh tim abdimas, ditemukan bahwa terdapat berbagai macam jasa yang berkaitan dengan permebelan yang dikerjakan oleh masyarakat Randusari khususnya. Umumnya, hanya ada 2-3 mebel besar di setiap RW di kelurahan Randusari, sisanya mereka melakukan pekerjaan meubel secara terpisah, sebagian masyarakat berfokus untuk bekerja mandiri di rumah untuk memotong kayu, kemudian ada juga yang khusus membuka usaha membuat kerangka mebel seperti kursi, meja, lemari, dan sebagainya. Selain itu, ada masyarakat yang membuka usaha khusus polistur atau pengecatan *furniture* serta membuat ukiran di perlengkapan mebel. Hasil kerja mereka kemudian disetorkan ke toko mebel yang besar agar bisa dipasarkan secara langsung ke konsumen atau distributor.

Data yang diperoleh oleh sub kelompok selanjutnya dikumpulkan ke tim abdimas untuk ditabulasi, semua usaha yang ada dikategorikan berdasarkan jenis usaha maupun produk diantaranya, UMKM perabotan rumah tangga, olahan makanan dan minuman, makanan ringan (keripik), tanaman (sayur hidroponik), meuble, *furniture*, kerajinan tangan (tas anyaman), kerajinan gerabah, dan pengelolaan sampah. Selain itu, semua UMKM juga dipetakan berdasarkan alamat tempat usaha yaitu dipetakan per RW, hal ini dilakukan agar target masyarakat di luar wilayah Randusari mudah dalam mengakses tempat pelaku usaha apabila berminat untuk membeli produk-produk di Kelurahan Randusari terlebih ketika tim abdimas menambahkan *contact person* pelaku usaha yang ada.

Desain katalog dibuat semenarik mungkin agar mudah dibaca serta memberikan informasi yang jelas bagi pembaca. Visual produk-produk unggulan juga ditata secara rapi supaya pembaca mempunyai gambaran terkait dengan produk yang ada di Randusari. Pada sampul katalog ditambahkan *barcode* yang mana masyarakat luas bisa mengaksesnya secara digital pada platform Blogspot keluarahan Randusari. Pada [www.kelurahanrandusari.blogspot.com](http://www.kelurahanrandusari.blogspot.com) masyarakat dapat melihat seluk beluk Randusari termasuk data UMKM yang ada disana sehingga publikasi digital ini secara tidak langsung juga berfungsi sebagai sarana promosi produk pada cakupan yang lebih luas. Ditinjau dari sisi pelaku bisnis, katalog merupakan media komunikasi visual untuk mempromosikan perusahaan secara luas (Hidayat *et al.*, 2016). Katalog tidak hanya menginformasikan produk yang ditawarkan, namun juga merepresentasikan merek dan profil perusahaan (Susanto & Sunardi, 2017).

Katalog dapat menggantikan peran tenaga pemasaran dalam mempromosikan produk. Mengingat katalog UMKM memiliki peran besar dalam komunikasi pemasaran, perancangan katalog harus memuat unsur-unsur yang informatif dan menarik (Rustiarini *et al.*, 2021), dan Oleh karena itu, katalog UMKM menjadi sarana promosi yang efektif dan efisien (Purnama *et al.*, 2021). Katalog buku dalam bentuk digital dan layanan informasi melalui blog dapat disajikan pada Gambar 6. Adapun Gambar 7 menunjukkan penyerahan katalog kepada mitra.



Gambar 6. Katalog Buku dan Blog (Digital)



Gambar 7. Penyerahan Buku Katalog UMKM Kepada Kelurahan Randusari

Tim abdimas menambahkan pojok promosi bagi UMKM di kantor kelurahan Randusari berupa tempat *photo booth* yang terbuat dari 100% limbah meubel yang ada di kelurahan Randusari. Pojok UMKM ini menjadi *miniature* atau gambaran semua jenis UMKM yang ada di kelurahan Randusari. Setiap orang yang berkunjung di kantor kelurahan dapat berswafoto dan dipublikasikan pada media sosial yang mereka punya sehingga dapat memperluas cakupan penerima informasi kelurahan Randusari. Pojok UMKM juga dilengkapi dengan *frame* raksasa berupa akun instagram Randusari dan *frame* berisi *link barcode* blog kelurahan Randusari sehingga masyarakat bisa mengetahui alamat media sosial dan blog kelurahan untuk mendapatkan informasi-informasi lebih lanjut.





**Gambar 8.** Pojok UMKM di Kantor Kelurahan Randusari

Terlaksananya program abdimas ini berguna sebagai promosi produk-produk lokal kelurahan Randusari agar dikenal oleh masyarakat luas. Harapannya setelah potensi lokal Randusari dikenal maka identitas UMKM dan citra kelurahan Randusari yang meningkat. Tindak lanjut kedepannya konsumen bisa membeli produk langsung kepada pelaku usaha UMKM yang ada di kelurahan Randusari serta produk-produk seperti meubel khususnya tidak diakui oleh pihak lain di luar wilayah kota Pasuruan.

## 4. Kesimpulan

---

Program abdimas DIAGONAL (Digitalisasi Keanekargaman Potensi Lokal) di kelurahan Randusari dengan luaran katalog berupa buku dan platform digital (blog), serta pojok UMKM di kantor kelurahan Randusari berhasil dilaksanakan sesuai jadwal dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Meski dalam pelaksanaan terdapat kendala PPKM dan beberapa kendala teknis seperti informan selaku pemilik usaha sedang tidak dapat dimintai informasi namun hal ini sudah tertangani dengan baik oleh tim abdimas. Sebagian besar target pendataan UMKM secara aktif, antusias, kooperatif serta mematuhi aturan PPKM dengan benar sehingga kegiatan pendataan tim abdimas berjalan dengan lancar. Perlu adanya tindakan lanjutan berupa evaluasi berjangka terkait dengan *impact* dari publikasi potensi lokal pada pelaku UMKM di kelurahan Randusari. Selain itu, pembaharuan data UMKM dapat dilakukan secara berkala agar pihak kantor kelurahan dan masyarakat mengetahui perkembangan banyaknya UMKM yang eksis di Kelurahan Randusari.

## Acknowledgement

---

Tim pengabdian kepada masyarakat berterima kasih aparat kantor kelurahan Randusari kota Pasuruan dan semua warga khususnya pelaku usaha UMKM yang kooperatif dalam memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh tim abdimas demi terpacainya tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat. Besar harapan tim agar program ini dapat bermanfaat bagi berkembangnya UMKM di wilayah kelurahan Randusari, Kota Pasuruan.

## Daftar Pustaka

---

- Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, & Fahmi. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk Umkm Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner Website Creation Product Catalog MSMEs For Marketing and Promotion Development of Culinary Products. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 229–236.
- Hidayat, W., Mahmuriyah, R., & Safitri, S. N. R. (2016). Media Visual Berbentuk Katalog Produk Sebagai Media Promosi. *SENSI Journal*, 2(2), 184–197. <https://doi.org/10.33050/sensi.v2i2.752>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Mafaza, A., & Setyowati, K. (2020). Collaborative Governance Dalam Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Kebijakan Publik*, 11(1), 7. <https://doi.org/10.31258/jkp.11.1.p.7-12>
- Mangifera, L., Dewi, S. N., Surakarta, U. M., & Ambon, U. P. (2016). Efektifitas Katalog Sebagai Media Promosi Bagi. *Jurnal Management dan Bisnis*, 1(1), 43–47. <http://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/2364>
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko Online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 84. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.60106.id>
- Pasuruankota.bps.go.id. (2015). Desa/Kelurahan menurut Jumlah Penduduk. <https://Pasuruankota.Bps.Go.Id/>
- Purnama, I., Mardian, I., Syafitri, N., Khair, S., Aulia, A. A., Manajemen, P., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Katalog untuk Mempromosikan Tenunan UMKM di Ntobo Kota Bima dan Pengaplikasian Sosial Media., 160–167. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Cahaya Mandalika (Abdimandalika)* 2(2).160-167.
- Puspawati, D. P. H., & Ristanto. (2018). Strategi Promosi Digital untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1–20.
- Puspitaningtyas, Z., Wahono, P., & Poernomo, D. (2013). *Laporan Akhir Penelitian Hibah Bersaing* (Vol. 0404106501, Issue November 2014).

- Rafiah, K. K., & Kirana, D. H. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(1), 188–198. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i1.45>
- Primasworo, R. A., & Rahma, P. D. (2017). Pengembangan Potensi Ekonomi Unggulan Melalui Program Kelurahan Produktif Kota Pasuruan. *Reka Buana: Jurnal Ilmiah Teknik Sipil dan Teknik Kimia*, 2(2), 132-143.
- Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan katalog produk untuk meningkatkan penjualan UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2–9.
- Suka, E. A. A. G., & Lubis, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. *Network Media*, 2(2), 1–27. <https://core.ac.uk/download/pdf/288306497.pdf>
- Susanto, A., & Sunardi, A. (2017). Aktifitas Bauran Komunikasi Pemasaran di Perusahaan Jamu Ibu Tjipto. *Jurnal Komunikator*, 9(1), 1–8.