
**OPTIMALISASI ASET DIGITAL DESA PRANAN
IMPLEMENTASI E-KATALOG SEBAGAI DIREKTORI USAHA
WARGA UNTUK MENDUKUNG DAYA SAING LOKAL**

Ulfani Safitri, Nadila Tsaqif Rizqullah, Sarjanto, Andi Irwan Benardi

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum

Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Korespondensi Penulis. E-mail: andy@mail.unnes.ac.id

Abstrak Pemanfaatan teknologi digital dalam pembangunan ekonomi desa menjadi langkah strategis untuk memperkuat daya saing lokal di era transformasi digital. Desa Pranan, Kecamatan Polokarto, Kabupaten Sukoharjo, berupaya mengoptimalkan aset digital melalui implementasi E-Katalog sebagai direktori usaha warga. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tahapan pelaksanaan implementasi E-Katalog serta menganalisis potensi ekonomi desa yang tercermin dari data keuangan tahun anggaran berjalan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi dokumentasi terhadap laman resmi desa dan analisis data keuangan dari sumber sukoharjokab.go.id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahapan utama, yaitu survei usaha warga, pemetaan data berdasarkan kategori produk dan jasa, serta penggugahan informasi ke dalam profil digital desa melalui laman resmi website desa. Kesimpulannya, implementasi E-Katalog berpotensi mengoptimalkan pemanfaatan aset digital desa untuk memperluas jangkauan pasar, memperkuat promosi usaha warga, serta mendukung daya saing ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Kata kunci: E-Katalog Desa, Aset Digital, Daya Saing Lokal

Pendahuluan

Optimalisasi aset digital merupakan salah satu strategi penting dalam era modern yang berbasis teknologi informasi, di mana pengelolaan sumber daya digital menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing suatu komunitas atau wilayah. saing suatu komunitas atau wilayah. Oleh karena itu, kegiatan implementasi E-Katalog ini dilaksanakan sebagai bagian dari program Pengabdian kepada Masyarakat (KKN) untuk mengaplikasikan strategi tersebut secara konkret di tingkat desa. Aset digital dapat didefinisikan sebagai segala bentuk data, informasi, atau konten yang disimpan dalam format digital dan memiliki nilai ekonomi atau strategis bagi pemilik atau pengelolanya. Aset digital mencakup berbagai elemen, mulai dari dokumen, gambar, *video*, *database*, hingga platform digital yang menjadi wadah bagi interaksi dan transaksi. Aset digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyimpanan informasi, tetapi sebagai sarana untuk memperluas akses, meningkatkan visibilitas, dan memfasilitasi interaksi ekonomi yang lebih luas. Pengelolaan aset digital yang baik dapat menjadi fondasi bagi pembangunan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Optimalisasi aset digital melibatkan serangkaian langkah strategis yang bertujuan untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh sumber daya digital. Hal ini dapat berupa pengorganisasian data, peningkatan kualitas konten, pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan, serta integrasi dengan sistem digital lain yang relevan¹. Optimalisasi aset digital tidak

¹ Novita Wulandari dan Nur Iman Hakim Al-Faqih, Implementasi E-Katalog Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Kabupaten Kebumen (Kebumen: Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama, 2024).

hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga mencakup strategi manajerial dan kebijakan yang mendukung pemanfaatan teknologi secara efektif.

Misalnya, dalam konteks pemerintahan desa, aset digital dapat mencakup sistem informasi desa, portal layanan publik, dan platform yang memfasilitasi interaksi antara warga, pemerintah desa, dan pihak eksternal. Optimalisasi aset digital bukan sekadar proses digitalisasi informasi, melainkan upaya strategis untuk menciptakan nilai tambah melalui pemanfaatan teknologi informasi secara terencana dan terukur. Salah satu bentuk konkret optimalisasi aset digital di tingkat desa adalah implementasi e-katalog sebagai direktori usaha warga. E-katalog merupakan platform digital yang dirancang untuk menampilkan informasi terkait produk atau layanan yang dimiliki oleh pelaku usaha lokal. E-katalog adalah sistem atau aplikasi berbasis digital yang menyajikan data secara terstruktur dan mudah diakses oleh pengguna, termasuk informasi mengenai nama usaha, alamat, nomor usaha, jenis produk, harga, dan deskripsi tambahan yang relevan.

E-katalog dapat berfungsi sebagai wadah kolektif yang mengintegrasikan semua usaha warga ke dalam satu platform terpadu, sehingga mempermudah masyarakat lokal maupun pihak luar dalam memperoleh informasi dan melakukan transaksi². Setiap usaha memiliki peluang untuk dikenal lebih luas, memperoleh pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan tanpa harus bergantung pada metode promosi tradisional yang terbatas jangkauannya. Implementasi e-katalog sebagai direktori usaha warga juga berkaitan erat dengan konsep digitalisasi ekonomi lokal, di mana seluruh aktivitas ekonomi mulai dari pemasaran, transaksi, hingga pemantauan kinerja usaha dilakukan melalui platform digital. Digitalisasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi memberikan keuntungan strategis berupa transparansi, aksesibilitas, dan analisis data yang lebih mudah. Sebagai contoh, pemerintah desa dapat memanfaatkan data yang tersimpan dalam e-katalog untuk mengidentifikasi usaha yang berkembang, jenis produk yang diminati pasar, serta kebutuhan pendampingan bagi pelaku usaha tertentu. Digitalisasi melalui e-katalog memungkinkan usaha kecil dan menengah di desa untuk bersaing dengan skala pasar yang lebih luas, termasuk pasar regional atau nasional, sehingga memperkuat posisi ekonomi desa secara keseluruhan.

Implementasi e-katalog memiliki implikasi sosial yang signifikan. Dengan adanya platform digital yang memuat seluruh usaha warga, interaksi sosial antar warga menjadi lebih dinamis karena informasi dapat diakses secara cepat dan transparan. Warga dapat saling mendukung usaha lokal, memperluas jaringan usaha, dan menciptakan komunitas yang lebih kolaboratif. E-katalogpat memfasilitasi integrasi antara generasi muda yang lebih melek teknologi dengan pelaku usaha tradisional, sehingga terjadi transfer pengetahuan dan kemampuan digital yang meningkatkan kapasitas masyarakat desa secara keseluruhan. Optimalisasi aset digital melalui e-katalog tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi sebagai media pemberdayaan masyarakat yang menghubungkan teknologi dengan kearifan lokal dan potensi ekonomi.

Optimalisasi aset digital melalui e-katalog memerlukan pendekatan sistematis yang mencakup pengumpulan data, verifikasi, penginputan informasi, pengelolaan konten, hingga pemeliharaan platform secara berkelanjutan. Setiap usaha harus dicatat secara akurat, termasuk nama usaha, alamat, nomor kontak, deskripsi produk, dan foto

² Dian Nurdiansyah, Sheilla Maharani, dan RR Lolita, “Penguatan Brand Awareness Melalui Good Visual E-Katalog Marketplace Pada Pelaku UMKM di Desa Tamansari Bogor,” *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (2024): 10–29.

yang representatif³. Informasi ini kemudian disusun dalam format yang mudah diakses dan ramah pengguna, sehingga pengunjung platform dapat mencari dan menemukan informasi yang dibutuhkan dengan cepat. Pemeliharaan dan pembaruan data agar e-katalog tetap relevan dan dapat memberikan informasi terkini kepada pengguna. E-katalog dapat menjadi aset digital yang andal dan bernilai strategis bagi pengembangan ekonomi desa.

Optimalisasi aset digital di Desa Pranan melalui implementasi e-katalog bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing lokal. Desa Pranan memiliki potensi usaha warga yang beragam, mulai dari produk kerajinan, kuliner, hingga jasa lokal, namun keterbatasan akses pasar sering menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha. Semua usaha tersebut dapat dikumpulkan dalam satu direktori digital yang mudah diakses oleh masyarakat luas, termasuk calon pembeli dari luar desa. Platform ini menjadikan pemerintah desa dan lembaga pendukung lainnya untuk memberikan promosi, pelatihan, atau bantuan teknis secara lebih terarah. E-katalog bukan hanya media promosi, tetapi juga sarana strategis untuk meningkatkan inklusi ekonomi, memperkuat jejaring usaha, dan menumbuhkan ekosistem ekonomi lokal yang lebih kompetitif.

Metode

Pelaksanaan kegiatan implementasi E-Katalog sebagai direktori usaha warga Desa Pranan dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu survei, pemetaan data, dan penggugahan informasi usaha ke dalam profil digital desa. Pelaksanaan kegiatan implementasi E-Katalog sebagai direktori usaha warga Desa Pranan dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu survei, pemetaan data, dan penggugahan informasi usaha ke dalam profil digital desa. Kegiatan ini diinisiasi dan dilaksanakan oleh tim Pengabdian/KKN dengan pendekatan partisipatif bersama perangkat desa dan pelaku usaha lokal. Tahap survei dilakukan untuk mengumpulkan data awal mengenai jenis-jenis usaha warga, lokasi, serta kebutuhan promosi digital yang relevan. Dilakukan pemetaan data untuk mengelompokkan jenis usaha berdasarkan kategori produk dan jasa, agar memudahkan proses integrasi ke dalam sistem E-Katalog. Data yang telah diverifikasi kemudian diolah dan disesuaikan dengan format standar direktori digital desa. Tahap akhir adalah penggugahan detail usaha ke dalam E-Katalog yang terintegrasi pada aset digital Desa Pranan. Setiap entri usaha mencantumkan informasi lengkap seperti nama usaha, alamat, nomor usaha, dan deskripsi produk.

Pembahasan

Pemanfaatan Halaman Promosi Usaha Pada Website Desa Pranan Dapat Membantu Pelaku Usaha Lokal Dalam Memperluas Jangkauan Pasar Dan Meningkatkan Daya Saing Mereka

Tabel 1.

Data Keuangan Desa Pranan yang Relevan terhadap Implementasi E-Katalog				
No	Uraian Data Keuangan	Anggaran	Realisasi	Sisa
1	Hasil Aset Desa	319.700.000	85.000.000	234.700.000

³ Ahmad Wahyu Rafsan Zani, Muhammad Daffa, Moh Royhan Advani, Aldo Prakoso Zhatatra, Ariiq Elmo Lavansa, dan Mu'tasim Billah, "Website E-Katalog Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Desa Nglebak," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 4 (2022): 92–99.

2	Dana Desa	1.094.936.000	743.369.280	351.566.720
3	Belanja Barang dan Jasa	620.237.547	-	620.237.547

Sumber : sukoharjokab.go.id

Berdasarkan data pada tabel keuangan Desa Pranan, terdapat empat komponen anggaran yang berpotensi mendukung implementasi e-katalog desa. Hasil Aset Desa memiliki anggaran sebesar Rp319.700.000 dengan realisasi Rp85.000.000 dan sisa Rp234.700.000, menunjukkan masih banyak aset yang belum dimanfaatkan secara optimal. Dana Desa mencapai Rp1.094.936.000 dengan realisasi Rp743.369.280 dan sisa Rp351.566.720, yang dapat diarahkan untuk mendukung pengembangan infrastruktur digital desa. Belanja Barang dan Jasa sebesar Rp620.237.547 dan Belanja Modal Pengadaan Peralatan, Mesin, dan Alat Berat sebesar Rp65.915.299 dapat digunakan untuk penyediaan perangkat teknologi serta pengembangan sistem e-katalog.

Dari data di atas yang mencerminkan kondisi keuangan Desa Pranan, terlihat bahwa desa memiliki potensi sumber daya yang cukup untuk dikembangkan, namun pemanfaatannya masih belum optimal. Hal ini sejalan dengan tujuan dari penelitian yaitu bagaimana dana dan aset yang dimiliki desa dapat dikelola secara lebih efektif melalui transformasi digital. Implementasi e-katalog menjadi langkah strategis untuk mengintegrasikan potensi ekonomi warga ke dalam platform digital, sehingga promosi usaha lokal dapat dilakukan secara luas, transparan, dan berkelanjutan. Pengelolaan aset digital melalui e-katalog tidak hanya meningkatkan efisiensi penggunaan anggaran desa, tetapi berperan dalam memperkuat daya saing ekonomi masyarakat di tingkat lokal.

Pemanfaatan halaman promosi ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha lokal untuk memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas produk mereka di ranah digital. Sebelum adanya halaman promosi, banyak pelaku usaha di Desa Pranan yang hanya mengandalkan metode promosi konvensional seperti pemasangan spanduk, penjualan langsung di pasar, atau promosi dari mulut ke mulut yang jangkauannya terbatas. Para pelaku usaha kini dapat menjangkau calon konsumen yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk promosi. Produk-produk unggulan desa seperti hasil pertanian, kuliner khas, kerajinan tangan, dan jasa lokal dapat diperkenalkan secara lebih menarik melalui tampilan digital yang terintegrasi dengan sistem informasi desa. Pengunjung website dapat dengan mudah menelusuri berbagai kategori usaha, melihat gambar produk, membaca deskripsi, dan langsung menghubungi pemilik usaha⁴.

Fasilitas ini secara tidak langsung menciptakan hubungan langsung antara penjual dan pembeli, menghapus batasan geografis yang selama ini menjadi kendala utama bagi pelaku usaha di pedesaan. Halaman usaha pada website Desa Pranan menjadi sarana edukasi bagi para pelaku usaha tentang pentingnya branding dan kehadiran digital dalam dunia bisnis modern. Keberadaan online bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan utama untuk bertahan dan bersaing. Website desa memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk belajar mengenai bagaimana cara menyajikan informasi produk secara menarik, menulis deskripsi yang komunikatif, dan menampilkan citra usaha yang profesional. Pelaku usaha mulai memahami bahwa daya saing tidak hanya diukur dari

⁴ Rio Pongpadati, Adhilia Mega Cahyaningrum, dan Novia Causal Wismaya Rakhim, "Peningkatan Potensi Ekonomi Desa melalui Program Belanja Digital Produk BUMDes pada E-Katalog," *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 8, no. 3 (2025): 1143–1152.

kualitas produk, tetapi dari kemampuan membangun kepercayaan publik dan menarik minat konsumen melalui tampilan digital yang kredibel⁵

Bahkan bagi usaha kecil sekalipun, tampil dalam direktori digital desa memberikan kesan bahwa usaha tersebut memiliki legalitas dan keberadaan yang jelas, sehingga menumbuhkan rasa percaya dari calon pelanggan. Pemanfaatan halaman promosi usaha juga membawa dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat Desa Pranan. Konsumen dari luar daerah mulai mengenal berbagai produk lokal, yang pada akhirnya meningkatkan volume penjualan dan pendapatan pelaku usaha. Beberapa usaha kecil yang sebelumnya kurang dikenal kini mendapatkan peluang kerja sama baru, baik dengan konsumen individu maupun dengan pelaku bisnis lainnya. Misalnya, seorang pengrajin bambu dapat menerima pesanan dari luar daerah, atau produsen makanan khas desa dapat mulai menjalin kerja sama dengan toko oleh-oleh regional.

Fenomena ini menunjukkan bahwa kehadiran media digital benar-benar membuka peluang ekonomi baru yang sebelumnya tidak terbayangkan di tingkat desa. Pelaku usaha yang mulai memahami potensi digital terdorong untuk terus berinovasi, memperbaiki kualitas produk, serta meningkatkan layanan agar tetap relevan di pasar yang kompetitif. Pemanfaatan halaman promosi ini turut memperkuat posisi usaha warga Desa Pranan di tengah persaingan ekonomi yang semakin terbuka. Ketika produk-produk lokal dapat diakses oleh masyarakat yang lebih luas melalui internet, secara otomatis pelaku usaha dituntut untuk menjaga konsistensi kualitas produk, memperhatikan kemasan, harga, serta kepuasan pelanggan. Dorongan untuk terus berinovasi ini merupakan bentuk adaptasi positif yang pada akhirnya meningkatkan daya saing secara berkelanjutan. Tidak hanya itu, persaingan sehat antar pelaku usaha di desa dapat mendorong munculnya ide-ide kreatif baru dalam pengembangan produk lokal.

Semakin banyak usaha yang aktif dalam halaman promosi, semakin besar pula peluang bagi desa untuk dikenal sebagai kawasan ekonomi kreatif dengan beragam potensi unggulan. Hal ini dapat membentuk citra positif bagi Desa Pranan sebagai desa digital yang produktif dan inovatif dalam mengelola sumber daya ekonomi masyarakatnya. Kehadiran halaman promosi pada website Desa Pranan berdampak pada penguatan sistem informasi dan transparansi ekonomi desa. Pemerintah desa memiliki data aktual mengenai aktivitas ekonomi masyarakatnya. Data ini sangat berguna dalam proses perencanaan pembangunan ekonomi desa, seperti penyusunan program pemberdayaan, pelatihan kewirausahaan, hingga kebijakan pengembangan UMKM. Pemerintah desa dapat memantau perkembangan usaha, mengidentifikasi sektor yang berpotensi tumbuh, serta menyalurkan bantuan atau program pelatihan sesuai kebutuhan warga.

Halaman promosi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi bagi individu, tetapi sebagai instrumen penting dalam tata kelola ekonomi desa yang berbasis data dan transparansi. Keberhasilan pemanfaatan halaman promosi usaha dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha lokal tidak terlepas dari tantangan yang harus dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah tingkat literasi digital masyarakat yang masih beragam. Tidak semua pelaku usaha memahami cara mengelola konten digital atau memiliki kemampuan teknis untuk memperbarui data usahanya di website. Faktor infrastruktur seperti jaringan internet yang stabil dan perangkat teknologi yang memadai juga menjadi

⁵ Ade Kurniawan, Angkasa Putra Mandala Guna, Nadia Lestari, Halimah Sadiyah, Sita Karisma, Evi Nur Latipah, Hanifah Az Zahra, dan Yenni Yulianti Nur Jannah, "Strategi Digitalisasi dan Branding Produk melalui E-Katalog dan Packaging dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Kreatif di Desa Trangsan," Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ, 2024.

aspek penting yang harus diperhatikan agar sistem ini dapat berfungsi secara efektif. Tantangan lainnya adalah keberlanjutan pengelolaan konten. *Website* desa harus dikelola secara profesional dengan pembaruan rutin agar informasi yang tersedia tetap relevan dan akurat. Tanpa pembaruan berkala, minat pengunjung akan menurun, dan efektivitas promosi pun berkurang.

Keberadaan halaman promosi usaha pada website Desa Pranan memiliki potensi besar untuk menjadi katalis transformasi ekonomi digital di tingkat desa. Apabila dikelola dengan baik, sistem ini dapat berkembang menjadi platform perdagangan digital (*marketplace desa*) yang memungkinkan transaksi langsung antara pembeli dan penjual. Hal ini tentu akan semakin memperluas peluang usaha warga sekaligus meningkatkan pendapatan asli desa melalui kegiatan ekonomi digital yang lebih aktif. Website desa juga dapat diintegrasikan dengan sistem informasi lain seperti E-Katalog pada laman khusus promosi UMKM di website desa atau program promosi pariwisata lokal, sehingga produk-produk unggulan Desa Pranan dapat menjadi bagian dari rantai ekonomi regional yang lebih besar. Integrasi ini akan memperkuat posisi desa dalam jaringan ekonomi digital dan menjadikan pelaku usaha lokal lebih kompetitif di pasar global

Implementasi Media Halaman Khusus Promosi Usaha Warga Desa Pranan Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo Melalui *Website* Desa Dapat Memfasilitasi Pencantuman Detail Usaha Secara Efektif

Proses implementasi media halaman promosi usaha ini merupakan luaran dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)/KKN yang berfokus pada pendampingan digitalisasi UMKM Desa Pranan. Proses implementasi media halaman promosi usaha ini dimulai dengan tahap perencanaan dan pengumpulan data. Pemerintah desa bersama tim pengelola digital desa beserta anggota KKN melakukan survei ke lapangan untuk mengidentifikasi jumlah pelaku usaha, jenis usaha yang dijalankan, serta potensi yang dimiliki oleh masing-masing pelaku ekonomi lokal. Survei ini tidak hanya bertujuan untuk mendata, tetapi untuk memahami kebutuhan promosi dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha dalam mengembangkan pasar mereka. Tim memperoleh informasi mendalam mengenai cara kerja usaha, karakteristik produk, serta target pasar yang ingin dijangkau. Hasil dari kegiatan ini kemudian menjadi dasar bagi tim pengembang untuk merancang sistem direktori usaha yang responsif, informatif, dan mudah digunakan oleh masyarakat. Pendekatan partisipatif sangat dibutuhkan dilakukan agar pelaku usaha merasa memiliki peran dalam proses pengembangan media promosi digital tersebut.

Tahapan berikutnya adalah pemetaan data usaha yang telah terkumpul untuk dikategorikan berdasarkan jenis produk atau jasa yang ditawarkan, misalnya kategori kuliner, kerajinan tangan, jasa, dan pertanian. Pemetaan ini dilakukan agar tampilan halaman promosi pada website desa lebih terstruktur dan mudah diakses oleh pengunjung. Setiap data usaha kemudian diverifikasi untuk memastikan keakuratannya sebelum dimasukkan ke dalam sistem E-Katalog digital. Verifikasi ini mencakup pengecekan kelengkapan data seperti nama pemilik usaha, lokasi, nomor izin usaha (bila ada), serta deskripsi singkat produk. Dokumentasi foto produk atau tempat usaha disertakan untuk memperkuat daya tarik visual di halaman promosi⁶. Langkah ini menjadi bagian dalam

⁶ Musyrifah, Asmawati Saal, dan Sufyan Amirullah, "Pemberdayaan Kelompok Usaha Aren di Desa Alu melalui Pelatihan Pemasaran dan Pengembangan E-Katalog Produk," *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 15, no. 4 (2024): 824–830.

membangun kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap usaha-usaha lokal yang ditampilkan, karena visualisasi yang menarik dan informasi yang jelas dapat meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk lokal Desa Pranan.

Setelah proses pemetaan dan verifikasi data selesai, tahap selanjutnya adalah integrasi data usaha ke dalam website resmi Desa Pranan. Integrasi ini dilakukan dengan memanfaatkan teknologi manajemen konten (*Content Management System/CMS*) yang memungkinkan pengelola desa untuk menambahkan, memperbarui, dan mengelola informasi usaha secara mandiri tanpa harus memiliki keahlian teknis yang tinggi. Desain halaman promosi dirancang agar ramah pengguna (*user friendly*) dengan tampilan yang sederhana namun informatif, memuat fitur pencarian dan filter kategori usaha agar pengunjung dapat menemukan informasi yang diinginkan secara cepat. Sistem disiapkan untuk mendukung tampilan responsif yang bisa diakses melalui perangkat komputer maupun ponsel pintar, mengingat sebagian besar masyarakat kini lebih sering menggunakan perangkat mobile dalam mengakses informasi digital.

Keberhasilan implementasi media halaman khusus promosi ini tidak hanya bergantung pada aspek teknis, tetapi juga pada keberlanjutan pengelolaan dan partisipasi aktif masyarakat. Pemerintah desa memiliki peran strategis dalam mengoordinasikan pelaku usaha agar secara berkala memperbarui informasi usaha mereka, seperti menambah produk baru, mengubah harga, atau memperbarui kontak. Dilakukan kegiatan sosialisasi dan pelatihan kepada warga mengenai cara memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Pelatihan tersebut mencakup pengenalan dasar penggunaan internet, strategi pemasaran digital sederhana, dan pentingnya menjaga reputasi online⁷. Para pelaku usaha tidak hanya menjadi objek penerima manfaat, tetapi subjek aktif dalam mengelola keberadaan usahanya di ranah digital. Langkah ini dibutuhkan untuk memastikan agar media promosi yang dibangun tidak berhenti sebagai proyek sementara, melainkan menjadi sistem berkelanjutan yang terus hidup dan berkembang sesuai dengan dinamika masyarakat. Implementasi halaman promosi ini memiliki dampak sosial-ekonomi yang signifikan bagi warga Desa Pranan.

Sebelumnya, banyak pelaku usaha kecil dan menengah yang kesulitan memasarkan produk mereka karena keterbatasan akses promosi dan kurangnya eksposur terhadap pasar di luar wilayah desa (Zani et al., 2025). Setiap pelaku usaha memiliki peluang yang sama untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas, bahkan hingga ke tingkat regional maupun nasional. Misalnya, usaha kecil seperti pembuat keripik singkong, pengrajin bambu, penjual makanan khas daerah, atau penyedia jasa pertanian kini dapat ditemukan dengan mudah oleh konsumen melalui halaman promosi digital. Hal ini mendorong peningkatan permintaan terhadap produk lokal yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan warga. Keterlibatan generasi muda dalam pengelolaan website desa membuka peluang baru bagi pengembangan keterampilan digital dan kewirausahaan di tingkat desa.

Kesimpulan

Pemanfaatan halaman promosi usaha pada website Desa Pranan merupakan langkah strategis dalam mendorong transformasi ekonomi digital di tingkat pedesaan. Pelaku usaha lokal memperoleh akses luas untuk memasarkan produknya tanpa terbatasi oleh ruang dan waktu, sekaligus meningkatkan visibilitas dan kredibilitas usaha mereka.

⁷ Eny Tarsinah, "Pengentasan Kemiskinan melalui E-Katalog Produk Jualan Toga (Tanaman Obat Keluarga) bagi Kelompok PKK," *Abdi Wiralodra: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 7, no. 2 (2025): 344–358

Website ini tidak hanya menjadi etalase digital bagi produk-produk lokal, tetapi juga sarana pembelajaran bagi masyarakat dalam mengembangkan kemampuan digital, membangun citra usaha yang profesional, serta memahami pentingnya strategi promosi modern. Keberadaan halaman promosi ini mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah, menarik minat konsumen baru, serta menciptakan peluang kerja sama antar pelaku usaha maupun dengan pihak eksternal seperti investor dan lembaga pendamping

Desa Pranan berhasil menghadirkan solusi inovatif yang tidak hanya berorientasi pada kemajuan teknologi, tetapi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat secara menyeluruh. Sistem promosi digital ini berkontribusi terhadap penguatan tata kelola ekonomi desa berbasis data dan transparansi. Pemerintah desa dapat melakukan pemetaan potensi ekonomi secara lebih akurat serta menyusun kebijakan pemberdayaan yang tepat sasaran. Agar manfaatnya dapat berkelanjutan, diperlukan dukungan literasi digital, infrastruktur teknologi, serta sistem pengelolaan konten yang profesional. Jika semua elemen tersebut dapat dijalankan secara konsisten, maka pemanfaatan halaman promosi usaha pada website Desa Pranan bukan hanya menjadi alat bantu promosi semata, melainkan fondasi bagi terbentuknya ekosistem ekonomi digital desa yang mandiri, berdaya saing tinggi, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Daftar Pustaka

- Ade Kurniawan, A. P. M. G., Lestari, N., Sadiyah, H., Karisma, S., Latipah, E. N., Az Zahra, H., & Nur Jannah, Y. Y. (2024). Strategi digitalisasi dan branding produk melalui e-katalog dan packaging dalam upaya peningkatan ekonomi kreatif di Desa Trangsan. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ.
- Dian Nurdiansyah, D., Maharani, S., & Lolita, R. R. (2024). Penguatan brand awareness melalui good visual e-katalog marketplace pada pelaku UMKM di Desa Tamansari Bogor. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 10–29.
- Eny Tarsinah, E. (2025). Pengentasan kemiskinan melalui e-katalog produk jualan toga (tanaman obat keluarga) bagi kelompok PKK. *Abdi Wiralodra: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 344–358.
- Ika Putri Maharani, I. P., Mufarrokha, L., Suryaningsih, R. T., Hanum, Y. M., Prasetyo, Y., & Nurhayati, E. (2024). Pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing pada budidaya tambak. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(3), 478–488.
- Musyrifah, M., Saal, A., & Amirullah, S. (2024). Pemberdayaan kelompok usaha aren di Desa Alu melalui pelatihan pemasaran dan pengembangan e-katalog produk. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 15(4), 824–830.
- Novita Wulandari, N., & Al-Faqih, N. I. H. (2024). Implementasi e-katalog dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Kabupaten Kebumen. *Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen*.
- Pongpadati, R., Cahyaningrum, A. M., & Rakhim, N. C. W. (2025). Peningkatan potensi ekonomi desa melalui program belanja digital produk BUMDes pada e-katalog. *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(3), 1143–1152.
- Zani, A. W. R., Daffa, M., Advani, M. R., Zhatatra, A. P., Lavansa, A. E., & Billah, M. (2022). Website e-katalog sebagai sarana promosi produk UMKM di Desa Nglebak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 92–99.