

Pembuatan Katalog Produk Desa Wisata Bantaragung Berbasis QR Code untuk Mendukung Penjualan

Dewi Melati¹⁾, Agus Wibowo²⁾, Amna³⁾, Vita Evelini Handayani Sinaga⁴⁾, Agus Herwanto⁵⁾

^{1,2} Politeknik Jakarta Internasional, Indonesia, ^{3,4} Universitas Islam Dr Khez Muttaqien, Indonesia, ⁵ Universitas Esa Unggul, Indonesia

Email: dewi.melati@jih.ac.id¹, wibowoagus889@gmail.com², amnamawardi08@gmail.com³, evelini.vita@gmail.com⁴, agus.herwanto@gmail.com⁵

Abstract: *This Community Service (PkM) activity aimed to assist village SME actors in creating a digital product catalog and QR Code that can be directly placed on stalls, product packaging, or promotional media. The methods used included field observation, interviews with tourism village managers and SME actors, catalog creation using Canva, storage on Google Drive, QR Code creation via me-qr.com, hands-on training, and questionnaire-based evaluation. The activity was held on May 8–9, 2026, and was attended by SME actors, Pokdarwis managers, and village residents. As a result, 5 SME products were documented in a 10-page digital catalog, 5 QR Codes were created and placed at strategic locations, and 2 ready-to-use product promotion posters were handed over to partners. The questionnaire evaluation showed an average satisfaction score of 3.85 out of 4 (very good category). SME actors stated that the QR Code-based catalog helped them promote their products more easily and made their products appear more professional in the eyes of tourists.*

Abstrak : *Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan membantu pelaku UMKM desa membuat katalog produk digital dan QR Code yang bisa langsung dipasang di stan, kemasan, maupun media promosi. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pengelola desa wisata dan pelaku UMKM, pembuatan katalog digital menggunakan Canva, penyimpanan di Google Drive, pembuatan QR Code melalui me-qr.com, pelatihan langsung, dan evaluasi menggunakan kuesioner. Kegiatan dilaksanakan pada 8–9 Mei 2026 dan diikuti oleh pelaku UMKM, pengelola Pokdarwis, serta warga desa. Hasilnya, sebanyak 5 produk UMKM berhasil didata dan dimasukkan ke dalam katalog digital berisi 10 halaman, 5 QR Code dibuat dan dipasang di lokasi strategis, serta 2 poster promosi produk siap pakai diserahkan kepada mitra. Hasil evaluasi kuesioner menunjukkan rata-rata skor kepuasan 3,85 dari skala 4 (kategori sangat baik). Pelaku UMKM menyatakan bahwa katalog berbasis QR Code membantu mereka berpromosi lebih mudah dan membuat produk terlihat lebih profesional di mata wisatawan.*

Keywords : *Katalog Digital, QR Code, desa wisata, UMKM, Pemasaran Digital*

PENDAHULUAN

Desa Wisata Bantaragung terletak di Kecamatan Sindangwangi, Kabupaten Majalengka, Provinsi Jawa Barat. Desa ini memiliki potensi wisata alam yang cukup menarik, dan masyarakatnya banyak yang menjalankan usaha kecil di bidang makanan olahan, minuman herbal, dan kerajinan tangan. Beberapa produk unggulan yang dihasilkan antara lain emping melinjo, keripik pisang aneka rasa, kopi bubuk lokal, madu hutan, gula cakar, rengginang, hingga berbagai produk olahan lainnya yang menjadi ciri khas desa.

Selama ini, cara pelaku UMKM mempromosikan produknya masih sangat sederhana. Mereka mengandalkan banner fisik di tepi jalan, menawarkan langsung kepada wisatawan yang berkunjung, atau sesekali mengunggah foto produk di WhatsApp dan Facebook secara tidak teratur. Informasi produk seperti harga, ukuran, dan cara pemesanan pun tersebar di berbagai tempat dan tidak seragam. Akibatnya, wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh harus bertanya satu per satu kepada penjual, dan tidak jarang melewatkan produk yang sebenarnya menarik hanya karena tidak mengetahui informasinya. Kondisi ini selaras dengan temuan Suryani dan Maulida (2021) yang menyatakan bahwa banyak UMKM desa wisata di Indonesia masih menghadapi kendala serupa, yakni minimnya media promosi digital yang terintegrasi dan terstruktur.

Kondisi ini menjadi perhatian tim pengabdian. Ketika ada cara yang lebih praktis untuk menyajikan semua informasi produk dalam satu tempat yang mudah diakses lewat ponsel, peluang penjualan tentu bisa jauh lebih besar. Salah satu caranya adalah dengan membuat katalog digital yang bisa dibuka melalui QR Code. Wisatawan cukup mengarahkan kamera ponsel mereka ke QR Code yang tertempel di stan atau kemasan produk, dan langsung bisa melihat semua informasi produk lengkap dengan foto, harga, dan kontak pemesanan.

QR Code atau Quick Response Code adalah kode berbentuk pola kotak-kotak yang menyimpan tautan atau informasi digital. Ketika dipindai menggunakan kamera ponsel, kode ini langsung membuka halaman atau file yang ditautkan tanpa perlu mengetikkan alamat apa pun. Teknologi ini sudah sangat umum digunakan di berbagai tempat, mulai dari restoran, minimarket, hingga acara pameran. Keunggulannya adalah mudah dibuat menggunakan layanan gratis yang tersedia secara daring, dan siapa pun yang memiliki ponsel bisa menggunakannya tanpa perlu aplikasi khusus (Abdillah, 2021).

Sementara itu, katalog digital dalam konteks kegiatan ini adalah daftar produk yang disusun rapi dalam format file yang diunggah ke Google Drive, lalu bisa diakses oleh siapapun melalui tautan yang sudah dibagikan. Katalog ini memuat foto produk, nama, deskripsi singkat, harga, dan kontak pemesanan. Dibandingkan katalog cetak, katalog digital jauh lebih hemat biaya karena tidak perlu dicetak ulang setiap ada perubahan harga atau produk baru, dan bisa diperbarui kapan saja oleh pengelolanya (Kotler et al., 2021). Gunawan dan Sari (2022) juga menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital berbasis tools gratis terbukti meningkatkan kemampuan promosi UMKM desa wisata secara nyata. Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan pengelola desa wisata serta pelaku UMKM, diketahui bahwa belum ada satu pun media digital terpusat yang bisa digunakan wisatawan untuk melihat produk-produk yang tersedia di Desa Wisata Bantaragung. Pengelola Pokdarwis menyatakan bahwa pembuatan katalog digital berbasis QR Code sangat dibutuhkan dan disambut dengan antusias oleh warga desa. Atas dasar itulah, tim pengabdian Kelompok 4 melaksanakan kegiatan ini pada tanggal 8–9 Mei 2026 sebagai respons langsung atas kebutuhan nyata yang ada di lapangan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Wisata Bantaragung, Kecamatan Sindangwangi, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat, selama dua hari yaitu tanggal 8 dan 9 Mei 2026. Peserta yang terlibat meliputi pelaku UMKM aktif di desa wisata, pengelola Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), dan warga desa yang berminat mengembangkan usaha berbasis digital. Secara keseluruhan, kegiatan berjalan melalui enam tahapan yang saling berkaitan. Setiap tahapan dirancang agar peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan, tetapi juga langsung bisa mempraktikkannya dengan alat yang sudah ada di tangan mereka, yaitu ponsel. Tahapan-tahapan tersebut disajikan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PkM

No.	Tahapan	Kegiatan Utama	Waktu
1	Observasi Awal	Kunjungan lapangan untuk melihat kondisi promosi produk UMKM, cara penjualan yang berjalan, dan produk-produk yang belum terdokumentasi secara digital	Sebelum kegiatan
2	Wawancara dan Diskusi	Diskusi dengan kepala desa, pengelola Pokdarwis, dan pelaku UMKM untuk menggali kebutuhan, kendala promosi, dan harapan mitra	Sebelum kegiatan
3	Persiapan Materi dan Katalog	Penyusunan modul panduan praktik step-by-step, pembuatan desain katalog di Canva, pengisian informasi produk UMKM (foto, nama, deskripsi, harga, kontak), dan unggah ke Google Drive	H-3 kegiatan
4	Pelatihan dan Demonstrasi	Pemaparan materi masalah UMKM dan solusi digital; demonstrasi cara kerja QR Code; pengenalan tools gratis (Canva, Google Drive, me-qr.com)	8 Mei 2026
5	Praktik Langsung	Peserta mempraktikkan tiga langkah: (1) simpan katalog ke Google Drive, (2) buka akses link agar bisa dibuka siapapun, (3) buat QR Code di me-qr.com, lalu uji coba scan	9 Mei 2026
6	Evaluasi dan Serah Terima	Pengisian kuesioner evaluasi oleh 5 responden UMKM, wawancara terbuka, dan penyerahan QR Code serta poster produk siap pakai kepada mitra	9 Mei 2026

Sumber Tabel: Hasil Olah Data Penulis, 2026

Pada tahap persiapan, tim pengabdian menginventarisasi produk-produk UMKM yang akan dimasukkan ke dalam katalog. Proses ini melibatkan pelaku UMKM secara langsung untuk memastikan informasi yang ditampilkan akurat. Katalog digital dibuat menggunakan Canva karena tampilannya mudah diatur dan hasilnya terlihat profesional meski dibuat tanpa keahlian desain khusus. File katalog

kemudian disimpan di Google Drive dengan pengaturan akses yang bisa dibuka oleh siapa saja yang memiliki tautannya. Tautan ini kemudian dikonversi menjadi QR Code menggunakan layanan me-qr.com. Seluruh proses ini dirangkum dalam lembar panduan praktis satu halaman yang dibagikan kepada peserta selama pelatihan.

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan, tim menggunakan kuesioner evaluasi yang diisi oleh 5 responden pelaku UMKM. Kuesioner terdiri dari 12 pernyataan dengan skala 1–4, mencakup aspek kemudahan penggunaan QR Code, manfaat katalog untuk promosi, dan kesiapan menggunakan kembali. Selain kuesioner, evaluasi juga dilakukan melalui observasi langsung saat sesi praktik berlangsung dan wawancara terbuka di akhir kegiatan untuk menggali respons kualitatif dari peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum kegiatan dimulai, tim melakukan observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pengelola Pokdarwis serta lima pelaku UMKM. Hasilnya cukup jelas: tidak ada satu pun media digital terpusat yang bisa digunakan wisatawan untuk mengetahui produk apa saja yang tersedia di desa wisata ini. Informasi produk tersebar di berbagai kanal yang tidak terorganisir, mulai dari komunikasi dari mulut ke mulut, unggahan foto di WhatsApp grup, hingga banner sederhana yang dipasang di beberapa sudut area wisata.

Hasil wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan tiga kendala utama yang mereka hadapi selama ini. Pertama, foto produk yang dimiliki sebagian besar kurang layak untuk dijadikan bahan promosi karena diambil seadanya. Kedua, informasi harga belum seragam dan sering berbeda antara yang tertera di stan dengan yang dibagikan lewat WhatsApp. Ketiga, jangkauan promosi masih sangat lokal, hanya menjangkau wisatawan yang memang sudah mengetahui keberadaan desa wisata ini. Seorang pelaku UMKM keripik pisang bahkan mengungkapkan bahwa ia harus mengirim foto produk satu per satu kepada calon pembeli yang bertanya lewat pesan pribadi, hal yang sangat memakan waktu.

Dari sisi pengunjung, hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar merasa kesulitan mendapatkan informasi produk yang lengkap selama berkunjung. Mereka membutuhkan setidaknya empat hal sebelum memutuskan membeli: foto produk yang jelas, informasi harga, penjelasan manfaat atau keunggulan produk, dan kontak pemesanan. Ketika keempat hal ini disajikan dalam satu katalog yang bisa diakses lewat ponsel, kecenderungan untuk membeli pun meningkat.

Tabel 2. Kondisi Awal dan Setelah Program Berdasarkan Observasi Lapangan

Aspek Observasi	Kondisi Sebelum Program	Kondisi Setelah Program
Ketersediaan katalog produk	Belum tersedia sama sekali	Tersedia katalog digital 10 halaman dengan QR Code

Kerapian informasi produk	Tidak seragam, tersebar di berbagai tempat	Lebih rapi dengan format yang seragam untuk semua produk
Akses informasi pengunjung	Terbatas, harus bertanya langsung ke penjual	Mudah diakses melalui ponsel dengan memindai QR Code
Kualitas foto produk	Sebagian besar kurang layak untuk promosi	Foto produk lebih menarik dan representatif
Penggunaan media digital	Sangat minim dan tidak terstruktur	Menggunakan QR Code yang dipasang di titik strategis
Respons mitra terhadap digital	Pasif, belum ada inisiatif digital	Sangat antusias; beberapa UMKM aktif ingin perbarui data

Sumber Tabel: Hasil Olah Data Penulis, 2026

Pelatihan dilaksanakan dalam format yang sengaja dibuat sesederhana dan ringkas mungkin. Tim pengabdian memahami bahwa tidak semua peserta terbiasa dengan istilah-istilah teknologi, sehingga materi disajikan dengan pendekatan yang sangat praktis: apa masalahnya, apa solusinya, dan bagaimana cara melakukannya langkah demi langkah. Sesi hari pertama dimulai dengan pemaparan singkat mengenai situasi yang dihadapi UMKM desa wisata pada umumnya: produk bagus, tapi tidak punya katalog yang rapi; informasi tersebar di mana-mana; dan sulit promosi ke wisatawan yang baru datang. Dari sini, fasilitator memperkenalkan konsep katalog digital dan QR Code dengan cara yang mudah dipahami. QR Code dijelaskan sebagai kode yang kalau di-scan oleh kamera ponsel, langsung membuka halaman katalog produk tanpa perlu mengetikkan apa pun. Peserta langsung paham karena analogi ini dekat dengan pengalaman mereka sehari-hari, misalnya QR Code di menu restoran atau struk belanja.



Gambar 1. Kegiatan pemaparan materi pada hari pertama pelatihan
Sumber Gambar: Hasil Dokumentasi Kegiatan, 2026

Fasilitator juga memperkenalkan tiga tools gratis yang digunakan dalam kegiatan ini: Canva untuk membuat desain katalog, Google Drive untuk menyimpan dan membagikan file, serta me-qr.com

untuk membuat QR Code. Ketiga platform ini dipilih karena semuanya gratis, bisa diakses langsung dari ponsel, dan tidak memerlukan keahlian teknis khusus (Wahyudi & Nurhayati, 2022).

Sesi hari kedua sepenuhnya diisi dengan praktik langsung. Setiap peserta diminta mengikuti tiga langkah yang sudah dirangkum dalam lembar panduan satu halaman yang dibagikan sejak hari sebelumnya. Langkah pertama adalah mengunggah file katalog ke Google Drive melalui ponsel. Langkah kedua adalah mengatur izin akses file agar bisa dibuka oleh siapapun yang memiliki tautannya. Langkah ketiga adalah menyalin tautan tersebut, membuka me-qr.com, dan membuat QR Code yang langsung tersimpan di galeri ponsel. Setelah QR Code jadi, peserta langsung diminta menguji coba dengan memindai kode buatannya sendiri menggunakan ponsel teman di sebelahnya.

Sebagian besar peserta berhasil menyelesaikan ketiga langkah tersebut dalam waktu kurang dari 30 menit. Beberapa yang membutuhkan bantuan tambahan umumnya terkendala oleh pengaturan akun Gmail yang belum aktif atau koneksi internet yang kurang stabil di beberapa titik. Secara keseluruhan, suasana pelatihan berjalan cair dan interaktif. Banyak peserta yang saling membantu satu sama lain ketika ada rekan yang kesulitan, menciptakan dinamika belajar yang positif.



Gambar 2. Sesi praktik mandiri pembuatan QR Code pada hari kedua
Sumber Gambar: Hasil Dokumentasi Kegiatan, 2026

Dari kegiatan ini, ada beberapa produk konkret yang langsung bisa digunakan oleh mitra. Pertama adalah katalog digital berisi 10 halaman yang memuat informasi 5 produk unggulan UMKM Desa Wisata Bantaragung, lengkap dengan foto, nama produk, deskripsi, harga, dan kontak pemesanan. Daftar produk yang berhasil dimasukkan ke dalam katalog disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Produk UMKM yang Berhasil Didata dan Masuk dalam Katalog Digital

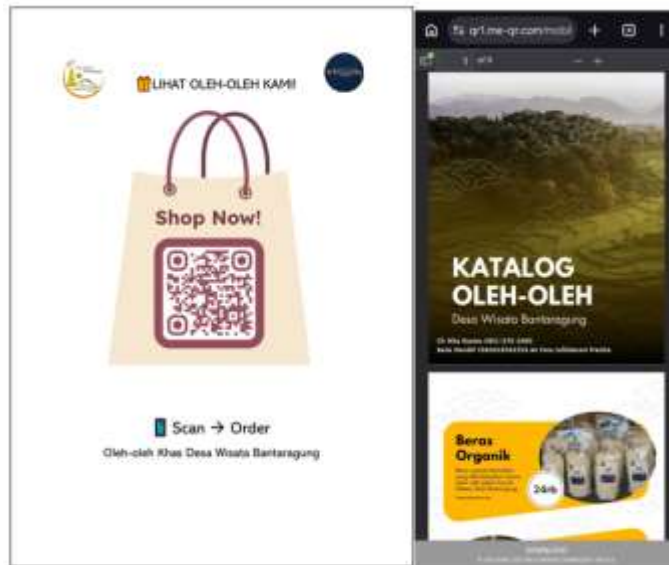
No.	Nama Produk	Kategori	UMKM/Pemilik	Harga	Media Promosi Sebelumnya
1	Emping Melinjo	Makanan	UMKM Mekar Rasa	Rp25.000	WhatsApp & Instagram
2	Keripik Pisang	Makanan	UMKM Barokah Snack	Rp18.000	Titip warung & Facebook
3	Kopi Bubuk Lokal	Minuman	UMKM Kopi Bantaragung	Rp35.000	Instagram & QR Code
4	Tas Anyaman	Kerajinan	UMKM Kreatif Anyam	Rp75.000	Pameran & TikTok
5	Madu Hutan	Produk Alam	UMKM Alam Lestari	Rp90.000	Marketplace & QR Code

Sumber Tabel: Hasil Olah Data Penulis, 2026

Kedua, sebanyak 5 QR Code dibuat dan dicetak untuk dipasang di titik-titik strategis, meliputi kemasan produk, stan UMKM, dan brosur promosi. Ketiga, dua poster produk berbentuk promosi siap pakai dibuat untuk dua UMKM pilihan, yakni poster Emping Ezzy Putra dan poster Kripik Pisang Cantika. Poster ini dirancang menggunakan Canva dengan mencantumkan foto produk, daftar varian dan harga, QR Code pemesanan, dan kontak WhatsApp penjual. Selain itu, dibuat pula poster “Lihat Oleh-Oleh Kami” sebagai media promosi umum yang bisa dipasang di berbagai sudut area wisata untuk langsung mengarahkan wisatawan ke katalog digital.



Gambar 3. Contoh poster promosi produk siap pakai yang diserahkan kepada mitra UMKM
Sumber Gambar: Hasil Dokumentasi Kegiatan, 2026



Gambar 4. Media promosi terpadu yang bisa dipasang di area desa wisata
 Sumber Gambar: Hasil Dokumentasi Kegiatan, 2026

Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner yang diisi oleh 5 responden pelaku UMKM setelah seluruh kegiatan selesai. Kuesioner berisi 12 pernyataan dengan skala skor 1–4 (1 = tidak baik, 4 = sangat baik). Hasil rekapitulasinya disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Kuesioner Evaluasi QR Code dan Katalog Digital (n=5)

No.	Pernyataan	Rata-rata Skor
1	QR Code mudah dipindai menggunakan kamera ponsel	3,8
2	Tautan katalog mudah dibuka setelah QR Code di-scan	3,6
3	Informasi produk dalam katalog mudah dipahami	3,8
4	Katalog membantu wisatawan mengetahui produk yang tersedia	4,0
5	Produk terlihat lebih menarik setelah masuk katalog digital	4,0
6	Katalog membantu proses promosi produk	4,0
7	Katalog membantu wisatawan dalam mengambil keputusan membeli	3,8
8	Informasi harga dan kontak di katalog sudah jelas	3,8
9	Tampilan katalog nyaman dibaca di layar ponsel	3,6
10	Bersedia menggunakan katalog QR Code ini secara berkelanjutan	4,0
11	QR Code berpotensi meningkatkan jangkauan promosi produk	4,0
12	QR Code berpotensi membantu meningkatkan penjualan produk	3,8
Rata-rata Keseluruhan		3,85 (Sangat Baik)

Sumber Tabel: Hasil Olah Data Penulis, 2026

Rata-rata keseluruhan skor evaluasi adalah 3,85 dari skala maksimal 4, masuk dalam kategori sangat baik. Skor tertinggi 4,0 dicapai pada empat pernyataan: katalog membantu wisatawan mengetahui produk yang tersedia, produk terlihat lebih menarik, katalog membantu promosi, dan kesediaan

menggunakan kembali. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan mitra sangat nyata dan langsung terasa dalam keseharian mereka berjualan.

Skor yang sedikit lebih rendah (3,6) muncul pada aspek kemudahan membuka tautan dan kenyamanan tampilan di ponsel. Ini terkait kondisi teknis di lapangan seperti kecepatan koneksi internet dan variasi ukuran layar ponsel yang berbeda-beda antar peserta. Temuan ini menjadi catatan penting untuk pengembangan ke depan, misalnya dengan mengompres ukuran file katalog agar lebih ringan saat dibuka di jaringan yang terbatas.

Hasil wawancara terbuka di akhir kegiatan melengkapi gambaran dari data kuesioner. Bagian katalog yang paling banyak dipuji adalah informasi harga dan kontak pemesanan, foto produk yang lebih jelas dan menarik, serta kemudahan mengakses WhatsApp penjual langsung dari katalog. Seorang pelaku UMKM menyampaikan bahwa setelah memiliki QR Code, “wisatawan lebih tertarik scan karena langsung lihat foto dan harga produk.” Pelaku UMKM lain menambahkan, “setelah pakai QR Code, pembeli lebih mudah menghubungi kami.” Bahkan ada yang menyebut bahwa “promosi digital membuat produk lebih dikenal di luar desa.”

Dari sisi saran pengembangan, peserta mengusulkan beberapa hal yang menarik: penambahan video singkat produk dalam katalog, tampilan yang lebih interaktif, pilihan bahasa Inggris untuk wisatawan dari luar daerah, serta integrasi dengan fitur pemesanan daring atau marketplace. Saran-saran ini menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya mengajarkan satu keterampilan baru, tetapi juga membuka wawasan pelaku UMKM tentang kemungkinan-kemungkinan lain yang bisa mereka jelajahi ke depannya.

Beberapa hal yang membuat kegiatan ini berjalan relatif lancar antara lain dukungan penuh dari pemerintah desa dan pengelola Pokdarwis, mulai dari koordinasi peserta hingga penyediaan tempat pelatihan. Antusiasme peserta juga jauh dari kesan terpaksa—banyak yang aktif bertanya dan langsung mencoba mempraktikkan langkah-langkah yang diajarkan bahkan sebelum sesi resmi dimulai. Fakta bahwa semua peserta sudah memiliki ponsel dengan kamera yang bisa memindai QR Code menjadi modal besar yang mempercepat proses pembelajaran.

Di sisi lain, ada beberapa kendala yang perlu dicatat. Koneksi internet di beberapa titik di area pelatihan tidak selalu stabil, sehingga beberapa peserta mengalami hambatan saat mengunggah file ke Google Drive. Kualitas foto produk yang dimiliki pelaku UMKM juga cukup bervariasi; beberapa di antaranya perlu dilakukan pengambilan foto ulang agar layak ditampilkan dalam katalog. Sebagian peserta yang lebih senior juga memerlukan waktu lebih lama untuk mengikuti langkah-langkah teknis, meskipun akhirnya berhasil menyelesaikan praktik dengan bantuan pendamping dari kelompok yang lebih muda.

Menariknya, momen ketika peserta yang lebih muda dengan senang hati membantu peserta yang lebih senior menjadi bagian yang cukup berkesan dari dinamika pelatihan. Ini menunjukkan bahwa kegiatan semacam ini tidak hanya berdampak pada keterampilan teknis, tetapi juga mempererat interaksi antargenerasi di dalam komunitas.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil membantu pelaku UMKM Desa Wisata Bantaragung membuat katalog produk digital berbasis QR Code yang langsung bisa mereka gunakan untuk promosi. Dari kegiatan dua hari ini, sebanyak 5 produk unggulan UMKM berhasil didata dan dimasukkan ke dalam katalog digital 10 halaman, 5 QR Code dibuat dan diserahkan kepada mitra untuk dipasang di stan dan kemasan produk, serta 2 poster promosi produk siap pakai diberikan kepada dua UMKM pilihan. Hasil evaluasi kuesioner menunjukkan rata-rata skor kepuasan 3,85 dari skala 4, yang masuk dalam kategori sangat baik. Pelaku UMKM menyatakan bahwa katalog berbasis QR Code membuat produk mereka terlihat lebih profesional, memudahkan proses promosi, dan membantu wisatawan mendapatkan informasi produk dengan lebih cepat. Respons positif ini menunjukkan bahwa teknologi yang sederhana pun, ketika diterapkan dengan cara yang tepat dan sesuai kebutuhan nyata masyarakat, bisa memberikan dampak yang cukup berarti. Untuk keberlanjutan program, Pokdarwis disarankan menunjuk satu orang sebagai admin katalog yang bertugas memperbarui informasi produk setiap tiga hingga enam bulan sekali. Ke depan, katalog juga bisa dikembangkan dengan menambahkan video singkat produk, deskripsi dalam bahasa Inggris untuk wisatawan dari luar daerah, atau integrasi dengan platform pemesanan daring agar jangkauan pemasaran produk UMKM semakin luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Kepala Desa Bantaragung beserta jajaran perangkat desa yang telah memberikan izin dan mendukung pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih juga kepada pengelola Pokdarwis Desa Wisata Bantaragung yang telah membantu mengkoordinasikan peserta, serta seluruh pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif selama dua hari kegiatan. Kegiatan ini merupakan bagian dari program Pengabdian kepada Masyarakat Kelompok 4 yang didukung oleh Politeknik Jakarta Internasional, Universitas Islam Dr Khez Muttaqien, Universitas Esa Unggul, Indonesia dan Politeknik LP3i.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, L. A. (2021). QR Code utilization for university student registration. *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.37012/jtik.v7i1.541>

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tahun 2022*. BPS.
- Dwijayanti, R., & Ikhsan, M. (2022). Implementasi QR Code dalam sistem pemasaran produk UMKM berbasis digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 45–58.
- Gunawan, A., & Sari, D. P. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing di desa wisata. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 6(1), 12–24.
- Hidayat, R., Wahyuni, S., & Pratama, A. (2023). Efektivitas pelatihan berbasis teknologi dalam meningkatkan kapasitas UMKM pedesaan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(3), 210–225.
- Kemendesa PDTT. (2022). *Panduan Pengembangan Desa Wisata Berbasis Komunitas*. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Nugroho, H., & Pratama, A. B. (2022). Pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan pemasaran produk desa wisata: Studi kasus desa wisata di Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 17(1), 33–47.
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2021). Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant factors of internet usage and its implications for rural tourism SMEs in Indonesia. *Procedia—Social and Behavioral Sciences*, 211, 976–982.
- Setiawan, B., Pratiwi, R., & Kurniawan, A. (2023). Dampak program digitalisasi terhadap kinerja pemasaran UMKM di kawasan desa wisata. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(2), 187–204.
- Suryani, I., & Maulida, R. (2021). Kendala dan peluang digitalisasi UMKM desa wisata di Indonesia: Sebuah tinjauan sistematis. *Jurnal Pengembangan Daerah*, 4(1), 56–72.
- Wahyudi, D., & Nurhayati, T. (2022). Penerapan QR Code sebagai media promosi produk lokal untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Abdimas Nusantara*, 4(2), 98–110.
- Yuliana, R., & Rosandy, T. (2023). Pelatihan literasi digital untuk pelaku usaha mikro di kawasan pariwisata: Pengalaman dan pelajaran dari lapangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 44–57.