**PENGEMBANGAN KATALOG DIGITAL MULTIBAHASA SEBAGAI ALAT PROMOSI UMKM DAN DESA WISATA BAHASA DI KELURAHAN POTROBANGSAN KECAMATAN MAGELANG UTARA KOTA MAGELANG**

**Alex Johanes Simamora1\*, Andreas Yogi Prasetyo, Wildan Yudhanto3, Muhamad Aji Maulana4**

1Akuntansi, Universitas Tidar

2Pariwisata, Universitas Tidar
3,4Manajemen, Universitas Tidar

*email*: alexjohanessimamora@gmail.com, andreasyogip@untidar.ac.id, wildanyudhanto@untidar.ac.id

**Abstract:** The UMKM in Potrobangsan Village face challenges in communicating with international customers, particularly in using foreign languages. To address this issue, a multilingual digital catalog has been developed, featuring product descriptions in several languages. This catalog aims to facilitate communication between UMKM and international consumers while enhancing the visibility and competitiveness of local businesses in the global market. Additionally, the digital catalog is expected to contribute to the preservation of regional languages, such as Javanese, which are at risk of extinction. The development process involved training for MSMEs, creating engaging and relevant product descriptions, and building an online catalog platform. As a result, the catalog has successfully increased sales and expanded the market reach of UMKM in Potrobangsan Village.

**Keywords:** MSME; Multilingual Digital Catalog; Potrobangsan.

**Abstrak:** Pelaku UMKM di Desa Potrobangsan menghadapi kendala dalam berkomunikasi dengan konsumen mancanegara, terutama dalam penggunaan bahasa asing. Untuk mengatasi masalah ini, telah dikembangkan katalog digital multibahasa yang memuat deskripsi produk UMKM dalam beberapa bahasa. Katalog ini bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi antara pelaku UMKM dengan konsumen internasional, serta meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di pasar global. Selain itu, katalog digital ini juga diharapkan dapat berkontribusi pada pelestarian bahasa daerah, seperti Bahasa Jawa, yang mulai terancam punah. Proses pengembangan katalog melibatkan pelatihan bagi pelaku UMKM, pembuatan deskripsi produk yang menarik dan relevan, serta penyusunan platform katalog daring. Hasilnya, katalog ini telah berhasil meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar UMKM di Desa Potrobangsan.

**Kata kunci:** UMKM; Katalog Digital Multibahasa; Potrobangsan.

**PENDAHULUAN**

Temuan baru dari hasil wawancara dengan Kepala Desa Potrobangsan menyebuutkan bahwa banyak sekali pelaku UMKM di desanya yang tidak dapat berkomunikasi dengan Bahasa Inggris dengan lancar, hal ini akan menyulitkan pelaku UMKM ketika menemui pelanggan mancanegara baik secara langsung ataupun melalui telepon, email atau modal perpesaanan lainnya.

Menanggapi masalah diatas, anggota pengabdian 2023 mengusulkan kegiatan pengabdian berupa pelatihan fotografi dan pemasaran produk digital yang akan ditindaklanjuti dengan pembuatan katalog digital produk UMKM di Desa Potrobangsan. Dengan memperhatikan kebutuhan dilapangan tersebut pengabdian ini bermaksud untuk bekerjasama dengan BUMD desa Potrobangsan untuk menyususn konten deskripsi katalog cetak dan digital dalam multibahasa. Diperlukan pemahaman pola bahasa yang merupakan fitur kunci untuk membantu pemilihan data yang disajikan dalam deskripsi produk yang tepat dan komunikatif (Tanase, 2015). Penyusunan deskripsi produk yang efektif, aktual dan menarik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang dapat berdampak pada penjualan (Ramanujam & Parthiban, 2020).

Sebuah deskripsi produk katalog dwibahasa yang dibuat dengan kompetensi dalam Tiga  bahasa, komunikasi dan pengetahuan produk akan menghasilkan produk yang tepat guna dan  diharapkan dapat memfasilitasi komunikasi antara pelaku UMKM dan konsumen, juga  meningkatkan daya saing UMKM di desa Potrobangsan di kancah internasional.

Menurut UNESCO permasalahan krisis penutur bahasa daerah dialami oleh negara negara lain di dunia terutama negara-negara dengan keanekaragaman etnis. UNESCO mencatat ada sekitar 7000 an bahasa di dunia, dan dalam setiap dua minggu ada 1 bahasa yang  punah. Indonesia juga akan kehilangan Bahasa Jawa.

Upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan Bahasa Jawa dan bahasa daerah lainnya perlu adanya fasilitas maupun sarana kebahasaan yang dapat memudahkan para pelaku UMKM dalam mengkomunikasikan produk mereka baik secara langsung maupun melalui platform daring.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan pada produk UMKM di desa Potrobangsan perlu adanya pendampingan pembuatan katalog cetak multibahasa untuk memfasilitasi komunikasi antara pelaku UMKM dengan konsumen mancanegara ketika melakukan pertemuan langsung, sedangkan katalog digital akan memfasilitasi akses komunikasi secara daring. Selain itu, platform digital akan mempermudah pelaku UMKM untuk mengubah maupun memperbarui konten dari katalog tersebut.

Urgensi terkait dengan upaya pelestarian Bahasa Jawa *“English is international language, but javanesse language is the most heritage language in the world”*. Decapriu Putra Pamungkas et al., (2023) menyatakan Bahasa Jawa itu adalah bahasa yang ada sejarahnya, ada keunikan di dalamnya, apabila kita aplikasikan dengan baik dan benar tentunya menjadikan komunikasi itu lebih enak dan lebih gayeng. Sudah selayaknya sebagai masyarakat jawa melestarikan apa yang menjadi identitasnya dan termasuk juga budaya-budaya etnis yang lainnya (Akhda, 2017).

Berdasarkan penjabaran diatas diperlukan Pembuatan konten deskripsi katalog multibahasa cetak dan daring untuk anggota UMKM yang ada di Desa Potrobangsan, Kecamatan Magelang Utara, Kota Magelang.

**METODE**

Permasalahan bahasa dalam komunikasi bisnis antara pelaku UMKM dan konsumen mancanegara di atas akan dapat terfasilitasi jika klaster UMKM di desa Potrobangsan, Kecamatan Magelang Utara mempunyai katalog cetak maupun daring dengan format multibahasa yang dapat digunakan oleh pihak pelaku UMKM dan konsumen dengan mudah.

Pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan melalui analisis lapangan, penyusunan deskripsi katalog online produk dan pembelajaran serta pendampingan intensif sehingga para pelaku UMKM dapat menggunakan katalog online dalam komunikasi bisnis dan memutakhirkannya secara mandiri. Jika diperlukan, pendampingan lanjutan dapat dilakukan secara terstruktur melalui kunjungan maupun secara tidak terstruktur melalui media komunikasi seperti telepon pesan singkat, WhatsApp, maupun email.

PKM dalam bentuk penyusunan konten deskripsi produk katalog multibahasa dan pendampingan di tahun 2024 ini diikuti oleh beberapa anggota UMKM di Desa Potrobangsan dengan intens. Beberapa tahapan akan dilaksanakan untuk menunjang kegiatan ini adalah sebagai berikut:

**Tahap persiapan,** melakukan survey tempat dan proses persiapan program pengabdian. Dalam tahap ini pengusul menganalisis permasalahan. Pengusul melakukan penilaian terhadap permasalahan dan kondisi mitra pada tahap ini. Selanjutnya, pengusul mengembangkan solusi berbasis ipteks yang akan dipresentasikan kepada mitra untuk diimplementasikan sebagai program pengabdian IPTEK bagi masyarakat.



Gambar 1 Bincang kebutuhan UMKM

**Tahap analisis kebutuhan,** pengusul bekerja sama dengan BUMD dan pelaku UMKM. Kebutuhan pelaku UMKM dikembangkan menjadi konten untuk katalog produk online atau digital multibahasa. Secara umum, proses bisnis yang digambarkan pada Gambar 2 dapat digunakan untuk menjelaskan katalog online ini. Proses bisnis adalah sekumpulan tindakan atau tugas terorganisir yang bekerja bersama untuk memecahkan masalah atau menciptakan produk. Pengunjung dapat mengamati dan memberikan komentar tentang layanan yang mereka inginkan pada Gambar 2. Pengunjung dapat menjadi penyedia layanan. Penyedia jasa dapat melakukan login untuk mengubah profil dan jasa yang ditawarkan.



Gambar 2 Proses Bisnis Katalog digital UMKM Desa Potrobangsan

**Tahap Pembuatann Katalog Online Multibahasa,** situs web katalog online akan dibuat berdasarkan hasil studi kebutuhan. Pengusul dan mitra akan berkolaborasi selama tahap pengembangan perangkat lunak untuk meninjau situs web katalog digital multibahasa yang akan diluncurkan. Desain katalog online multibahasa dimulai dengan desain database dan desain antarmuka, yang disinkronkan dengan hasil studi kebutuhan. Arsitektur database dibuat dengan membuat Entity Relationship Diagram (ERD), yang memiliki komponen himpunan entitas dan himpunan relasi, masing-masing dengan karakteristik yang mencerminkan semua fakta dunia nyata (Khumaidi et al., 2022) Membuat database dan menampilkannya di situs web menggunakan pemrograman PHP dan MySQL adalah langkah pertama dalam membangun situs web. Situs web yang dihasilkan adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung, dan file-filenya saling terhubung. Katalog yang akan dibuat adalah sebuah situs web yang berisi informasi mengenai penyedia barang.

**PEMBAHASAN**

Katalog multibahasa untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Potrobangsan memberikan keuntungan sosial dan ekonomi yang signifikan. Katalog tidak hanya menjadi sumber informasi tentang produk lokal, tetapi juga memudahkan masyarakat untuk mendukung ekonomi lokal dan lebih memudahkan apabila dikemudian hari menemui pelanggan mancanegara. Masyarakat dapat menemukan barang-barang yang mungkin tidak mereka temukan di toko-toko besar dengan menggunakan katalog UMKM, yang menawarkan lebih banyak variasi dan pilihan. Katalog juga mendorong dan memungkinkan pemilik UMKM untuk meningkatkan visibilitas perusahaan mereka. Ada potensi untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan menciptakan identitas yang kuat bagi UMKM dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang merek lokal melalui katalog. Ketersediaan katalog multibahasa UMKM di Desa Potrobangsan juga memberikan manfaat besar bagi masyarakat seperti kemudahan pembelian, transparansi produk yang lebih baik, dan dukungan untuk inovasi lokal. Berikut daftar UMKM yang telah tersedia katalognya di web pada tabel berikut.

Tabel 1. Daftar UMKM yang sudah memiliki katalog digital multibahasa

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama UMKM | Jenis UMKM | Bahasa Katalog | Keterangan |
| 1 | Kedai Bu Mus | Usaha Kuliner | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 2 | Bakso Pak Dios | Usaha Kuliner | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 3 | Sambel Pecel Asli | Usaha Kuliner | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 4 | Rumah makan Padan SAKATO | Usaha Kuliner | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 5 | Kopi Nusantara | Usaha Kuliner | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 6 | WM. Mbak Yati Barokah | Usaha Kuliner | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 7 | Gudeg Bu Dwi | Usaha Kuliner | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 8 | Jamu Tradisional Madun | Usaha Kuliner | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 9 | Warung Makrifah | Usaha Kuliner | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 10 | Samudra Bengkel Pintu Mobil | Usaha Jasa | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 11 | Persewaan Jingga | Usaha Jasa | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 12 | Percetakan Orbit Trasan | Usaha Jasa | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |
| 13 | Meant Rent Car | Usaha Jasa | Jawa, Indonesia, dan Inggris | Katalog multibahasa tersedia |

Konsumen dan usaha kecil dan menengah dapat memperoleh banyak manfaat dari menelusuri katalog multibahasa UMKM secara online. Katalog daring memberi pembeli akses yang mudah ke berbagai macam barang lokal berkualitas tinggi yang tidak dibatasi oleh waktu atau lokasi. Mereka dapat membandingkan harga, membaca ulasan, dan menemukan hal-hal yang tidak biasa yang tidak dapat diakses di toko fisik (Sari et al., 2022). Sementara itu, UMKM mendapatkan platform digital untuk mengekspos produk mereka ke audiens yang lebih besar, meningkatkan eksposur merek, dan memasuki pasar baru tanpa harus mengeluarkan biaya sewa toko yang tinggi. Menurut penelitian Wijaya (2023), 78% UMKM yang menggunakan katalog daring multibahasa melaporkan kenaikan penjualan setidaknya 30% dalam enam bulan pertama.

Sebelum periode digitalisasi dan pengenalan katalog UMKM digital multibahasa di desa Potrobangsan, pola kunjungan pelanggan ke UMKM sangat berbeda dengan saat ini. Data survei tim pengabdi menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% UMKM yang memiliki etalase fisik yang dapat menarik lebih dari 50 pengunjung setiap harinya. Mayoritas UMKM, terutama yang berada di daerah pedesaan atau pinggiran kota, menerima rata-rata 10-20 kunjungan setiap harinya. Hanya 5% UMKM yang mengakui menggunakan rencana pemasaran yang agresif untuk menarik pengunjung dari luar lokasi mereka. Kendala ini menyebabkan variasi yang signifikan dalam jumlah pengunjung, dengan penurunan hingga 40% selama musim sepi. Dibandingkan dengan katalog internet saat ini, di mana UMKM dapat menjangkau.

Pemasangan katalog digital multibahasa untuk UMKM Desa Potrobangsan telah menghasilkan perubahan signifikan dalam cara perusahaan mikro menjual produk mereka. Dengan platform digital ini, perusahaan-perusahaan UMKM di desa tersebut kini memiliki peluang besar untuk mengekspos produk mereka ke pasar yang lebih besar. Himanshu et al., (2023) menyatakan bahwa katalog digital ini berfungsi sebagai toko virtual untuk konsumen potensial dari seluruh penjuru, dapat membuka peluang yang lebih besar bagi perusahaan dengan skala kecil (Herpindo et al., 2024).

Katalog digital multibahasa dinilai sebagai alternatif pemasaran yang lebih hemat untuk usaha mikro (UMKM), efektivitas biaya ini sangat berguna bagi UMKM atau perusahaan dengan modal kecil sehingga dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya dengan lebih bijak. Hal ini berbanding terbalik dengan promosi secara tradisional, platform digital ini memungkinkan perusahaan untuk mempromosikan barang barang mereka dengan biaya yang lebih mahal. Adanya katalog digital multibahasa menjadikan perusahaan-perusahaan kecil di Desa Potrobangsan kini memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing di pasar yang lebih besar, meningkatkan eksposur merek, dan mungkin memperluas basis klien mereka tanpa harus mengeluarkan biaya pemasaran yang signifikan.

**SIMPULAN**

 Pembuatan katalog digital multibahasa di Desa Potrobangsan menghasilkan banyak manfaat bagi usaha mikro (UMKM). Pertama, katalog ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar secara global, memudahkan pelaku UMKM di Desa Potrobangsan untuk mendukung ekonomi lokal dan lebih memudahkan apabila dikemudian hari apabila menemui pelanggan mancanegara. Selain itu, dengan biaya yang sangat rendah menjadikan UMKM atau perusahaan kecil juga dapat ikut merasakan persaingan bisnis dan meningkatkan visibilitas bisnis bagi pelaku UMKM di Desa Potrobangsan.

 Kemudahan dalam memperbarui informasi yang ada di katalog dan promosi secara real-time, jangkauan lebih luas dan efiensi operasional adalah keunggulan dari katalog digital multibahasa ini. Hal ini memberikan banyak dampak positif yang dirasakan oleh para pelaku UMKM di Desa Potrobangsan untuk menyesuaikan penawaran bagi pelanggan mancanegara karena menghadirkan bebeberapa bahasa didalam katalognya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Akhda, N. T. (2017). Tolerance as the Essential Key for Javanese Society in Preserving the Traditional Cultures. *DINIKA : Academic Journal of Islamic Studies*, *2*(2), 199–210. https://doi.org/10.22515/dinika.v2i2.138

Decapriu Putra Pamungkas, S., Ngurah Darma Suputra, G., Ajeng Puspa Fadillah, D., Lila Agua Rista, M., Ramadhani Arisandi, S., Jember, U., & Jember, K. (2023). The Urgency of Preserving Regional Languages through Local Educational Curriculum. In *FOREMOST JOURNAL* (Vol. 4, Issue 2). http://ejournal.unis.ac.id/index.php/Foremost

Herpindo, Singgih, S., Yudhanto, W., & Rizqin Nikmatullah, M. (2024). *Pembuatan Katalog Online Layanan Jasa Berbasis Web Sebagai Media Periklanan Penyedia Layanan Jasa UMKM Desa Trasan Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang*. https://jicnusantara.com/index.php/jicn

Himanshu, Vinita, & Vatsal. (2023). Online Shopping Website. In *IJFMR23056184* (Vol. 5, Issue 5). www.ijfmr.com

Khumaidi, A., Puspita, D., Anggraeni, L., & Bakti Nusantara JlWismarini, I. (2022). *Pemanfaatan Web Online Single Submission (OSS) untuk Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Pada UMKM Tanggamus* (Vol. 2, Issue 1).

Ramanujam, V., & Parthiban, P. (2020). EFFECTIVENESS OF ONLINE MARKETING AND ITS DETERMINANTS: MARKETERS’ PERSPECTIVE. *Article ID: IJM\_11\_03\_047 International Journal of Management (IJM)*, *11*(3), 439–448. http://www.iaeme.com/IJM/index.asp439http://www.iaeme.com/ijm/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=3JournalImpactFactor

Tanase, D. (2015). Specific Criteria in Selecting Input Materials for Teaching the Language of Product Description. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *192*, 543–546. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.085