

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

Alex Johaness Simamora^{1*}, Andreas Yogi Prasetyo², Wildan Yudhanto³,
Muhamad Aji Maulana⁴

¹Akuntansi, Universitas Tidar

²Pariwisata, Universitas Tidar

^{3,4}Manajemen, Universitas Tidar

email: alexjohanessimamora@gmail.com

Abstract: MSME players in Potrobangsang Village face obstacles in communicating with foreign consumers, especially in the use of foreign languages. To overcome this problem, a multilingual digital catalog has been developed that contains descriptions of MSME products in several languages. This catalog aims to facilitate communication between MSME actors and international consumers, as well as increase the visibility and competitiveness of MSMEs in the global market. In addition, this digital catalog is also expected to contribute to the preservation of regional languages, such as Javanese, which are becoming endangered. The methods used include a preparatory stage in the form of field analysis, then a needs analysis stage, and continued with the stage of making a multi-language online catalog. The catalog development process involved training for MSME players, creating attractive and relevant product descriptions, and developing an online catalog platform. As a result, this catalog has succeeded in increasing sales and expanding the market reach of MSMEs in Potrobangsang Village.

Keywords: MSME; multilingual digital catalog; potrobangsang

Abstrak: Pelaku UMKM di Desa Potrobangsang 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. Metode yang digunakan antara lain tahap persiapan berupa analisis lapangan, kemudian tahap analisis kebutuhan, dan dilanjutkan dengan tahap pembuatan katalog online multibahasa. 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 Potrobangsang.

Kata kunci: UMKM; katalog digital multibahasa; potrobangsang

PENDAHULUAN

Temuan baru dari hasil wawancara dengan Kepala Desa Potrobangsari menyebutkan bahwa banyak sekali pelaku UMKM di desanya yang terhalang komunikasi menggunakan Bahasa Inggris, hal ini akan menyulitkan pelaku UMKM ketika menemui pelanggan mancanegara baik secara langsung ataupun melalui telepon, email atau modal perpesaan lainnya (Kumar, 2023).

Menanggapi masalah diatas, anggota pengabdian 2023 mengusulkan kegiatan pengabdian akan dilakukan dengan memberikan pelatihan fotografi dan pemasaran produk digital yang akan ditindaklanjuti dengan pembuatan katalog digital produk UMKM di Desa Potrobangsari. Adanya kebutuhan dilapangan tersebut, pengabdian ini memutuskan untuk bekerjasama dengan BUMD desa Potrobangsari untuk menyusun konten deskripsi katalog cetak dan digital dalam multibahasa. Fitur kunci yang diimplementasikan untuk membantu pemilihan data dengan gambaran produk yang komunikatif dan tepat sangat diperlukan dalam pemahaman pola bahasa (Brinkmann et al., 2023). Gambaran dan bahasa yang menarik pada produk akan membuat pelanggan merasa puas dan akan berdampak pada penjualan (Ramanujam & Parthiban, 2020).

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 Potrobangsari di kancah internasional. UNESCO menyatakan bahwa negara-negara diseluruh

dunia terkhusus negara dengan keanekaragaman etnis juga mengalami masalah krisis penuturan bahasa. UNESCO mencatat bahwa ada sekitar 7000 bahasa di dunia, dan satu bahasa punah setiap dua minggu, termasuk Indonesia yang juga akan kehilangan Bahasa Jawa. Untuk mempertahankan Bahasa Jawa dan bahasa daerah lainnya, perlu ada fasilitas dan sarana bahasa yang membantu UMKM berkomunikasi dengan produk mereka baik secara langsung maupun melalui platform online.

Menurut survei awal yang dilakukan pada produk UMKM di Desa Potrobangsari, perlu ada dukungan untuk membuat katalog cetak dalam berbagai bahasa. Ini akan memungkinkan pelaku UMKM berkomunikasi dengan pelanggan di luar negeri saat mereka bertemu secara langsung, sedangkan katalog digital akan memfasilitasi akses komunikasi secara daring (Mulyana & Muhammad Irfan, 2024). 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 javanese language is the most heritage language in the world*. Decapriu Putra Pamungkas et al., (2023) menyatakan Bahasa Jawa itu memiliki sejarah dan keunikan tersendiri, menggunakan Bahasa Jawa dengan benar akan membuat komunikasi lebih menyenangkan dan lebih bermakna. Sekarang sudah saatnya masyarakat jawa mempertahankan identitas dan menerima budaya etnis lainnya. Berdasarkan penjabaran diatas diperlukan pembuatan konten deskripsi katalog multibahasa cetak dan daring untuk anggota UMKM yang ada di Desa Potrobangsari, Kecamatan Magelang Utara, Kota Magelang.

METODE

Jika klaster UMKM di desa Potrobangsari, Kecamatan Magelang Utara memiliki katalog cetak dan online multibahasa, masalah bahasa dalam komunikasi bisnis antara pelaku UMKM dan konsumen mancanegara dapat diselesaikan.

Analisis lapangan, deskripsi produk dan pembelajaran untuk katalog online, dan pendampingan intensif akan dilakukan untuk melaksanakan pengabdian masyarakat ini. Ini akan memungkinkan para pelaku UMKM untuk menggunakan katalog online dalam komunikasi bisnis mereka dan memperbaruinya secara mandiri. Jika diperlukan, pendampingan lanjutan dapat diberikan secara terstruktur melalui kunjungan atau secara tidak terstruktur melalui media komunikasi seperti email, WhatsApp, dan pesan singkat.

Kegiatan dalam bentuk penyusunan konten deskripsi produk katalog multibahasa dan pendampingan di tahun 2024 ini diikuti oleh beberapa anggota UMKM di Desa Potrobangsari. 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.

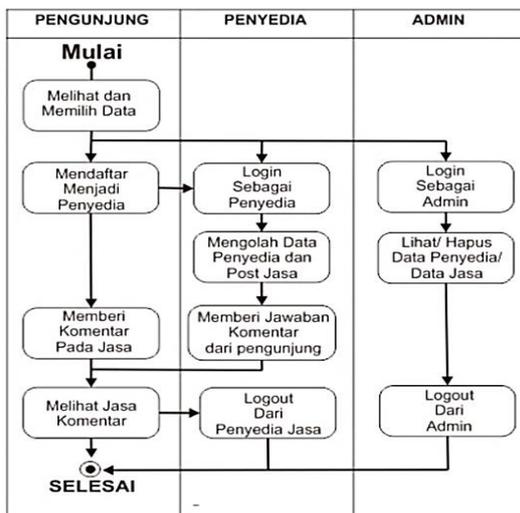
Tahap analisis kebutuhan, pengusul bekerja sama dengan BUMD dan pelaku UMKM. Kebutuhan pelaku

UMKM dikembangkan menjadi konten untuk katalog produk online atau digital multibahasa. Secara umum, proses bisnis yang digambarkan pada Gambar 1 dapat digunakan untuk menjelaskan katalog online ini. Proses bisnis adalah sekumpulan tindakan atau tugas terorganisir yang bekerja bersama untuk memecahkan masalah atau menciptakan produk (N. I. Putri et al., 2021). Pengunjung dapat mengamati dan memberikan komentar tentang layanan yang mereka inginkan pada Gambar 1. Pengunjung dapat menjadi penyedia layanan. Penyedia jasa dapat melakukan login untuk mengubah profil dan jasa yang ditawarkan.

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, 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 (Soleh & Putra Perdana, 2024). 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 (S. Putri et al., 2024).

PEMBAHASAN

Proses bisnis dalam katalog digital UMKM Desa Potrobangsari tercermin dalam Gambar 1 melibatkan tiga jenis pengguna, diantaranya pengunjung, penyedia, dan admin. Proses dimulai dengan pengunjung melihat dan memilih data jasa, mendaftar sebagai penyedia, dan memberikan dan melihat komentar terkait jasa.



Gambar 1. Proses Bisnis Katalog digital UMKM Desa Potrobangsari

Setelah login, penyedia memiliki kemampuan untuk mengelola data dan memposting jasa, serta menanggapi komentar dari pengunjung. Sementara itu, administrator bertanggung jawab untuk memasukkan, memantau, dan menghapus data penyedia atau jasa jika diperlukan. Setiap peran memiliki hak akses dan tugas tertentu untuk memastikan sistem berjalan lancar, hingga proses berakhir dengan pilihan untuk logout admin dan penyedia.

Katalog multibahasa untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Potrobangsari memberikan keuntungan sosial dan ekonomi yang signifi-

kan. 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 (Tan et al., 2023).



Gambar 2. Bincang kebutuhan UMKM

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 Potrobangsari 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.

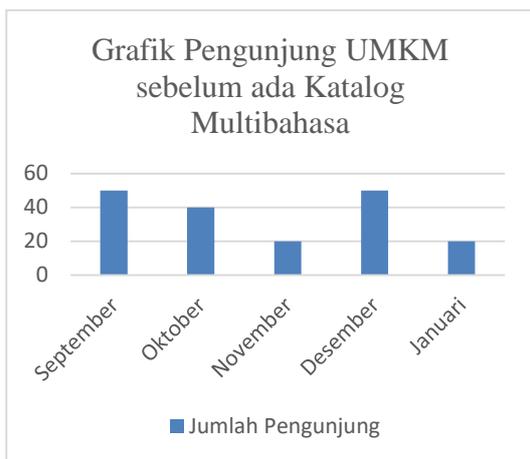
Tabel 1. Daftar UMKM yang sudah memiliki katalog digital multibahasa

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 Pa-dan 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 (Bezalwar et al., 2022). Sementara itu, UMKM mendapatkan platform digital untuk mengekspos produk mereka ke au-

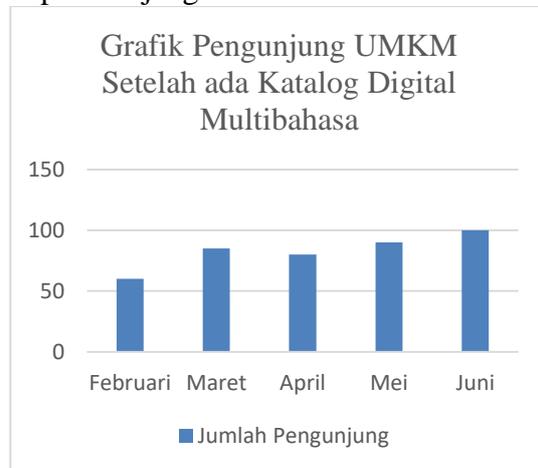
diens yang lebih besar, meningkatkan eksposur merek, dan memasuki pasar baru tanpa harus mengeluarkan biaya sewa toko yang tinggi. Menurut penelitian Wijaya (2023), 78% UMKM yang menggunakan katalog daring multibahasa melaporkan kenaikan penjualan setidaknya 30% dalam enam bulan pertama.



Gambar 3. Data Statistik Pengunjung UMKM sebelum ada Katalog Multibahasa

Sebelum periode digitalisasi dan pengenalan katalog UMKM digital multibahasa di desa Potrobangsari, pola kunjungan pelanggan ke UMKM sangat berbeda dengan saat ini. Data survei tim pengabdian menunjukkan bahwa masih sedikit 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 beberapa saja 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 setiap bulannya selama musim sepi. Dibandingkan dengan

katalog internet saat ini, di mana UMKM dapat menjangkau.



Gambar 4. Jumlah Pengunjung UMKM Setelah ada Katalog Digital Multibahasa

Pemasangan katalog digital multibahasa untuk UMKM Desa Potrobangsari 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 efisiensi 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 beberapa bahasa didalam katalognya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bezalwar, S., Bhandekar, V., Kumbhare, S., Rebhankar, R., & Singam, P. (2022). E-COMMERCE PRICE COMPARISON WITH REVIEW SENTIMENTAL ANALYSIS. *International Journal of Computer Science and Mobile Computing*, 11(3), 108–115. <https://doi.org/10.47760/ijcsmc.2022.v11i03.013>
- Brinkmann, A., Shraga, R., Der, R. C., & Bizer, C. (2023). *Product Information Extraction using ChatGPT*. <http://arxiv.org/abs/2306.14921>
- 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://jicnusanantara.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 JIWismarini, I. (2022). *Pemanfaatan Web Online Single Submission (OSS) untuk Pembuatan Nomor Induk Berusaha*

- (NIB) Pada UMKM Tanggamus (Vol. 2, Issue 1).
- Kumar, A. P. (2023). Examining Strategies for Overcoming Language Barriers in International Business Communication. *International Journal of Innovative Research in Engineering & Multidisciplinary Physical Sciences*, 11(2). <https://doi.org/10.37082/ijirms.v11.i2.230438>
- Mulyana, A. P., & Muhammad Irfan. (2024). Digital Communication in Improving Competitiveness of Productive Local MSME Businesses in New Digital Media. *International Journal of Sustainable Social Science (IJSSS)*, 2(2), 125–132. <https://doi.org/10.59890/ijsss.v2i2.1675>
- Putri, N. I., Herdiana, Y., Suharya, Y., & Munawar, Z. (2021). *Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital* (Vol. 7, Issue 1).
- Putri, S., Azizah, Hermawan, I., & Vivi, D. (2024). *Pengembangan Platform Digital Melalui E-Katalog dalam Rangka Diseminasi Informasi pada PT. Uola Pandawa Sejahtera di Yogyakarta* (Vol. 06, 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>
- Soleh, M., & Putra Perdana, B. (2024). *INTEGRASI PHP DAN DATABASE MYSQL*.
- Tan, P. J., Tanusondjaja, A., Corsi, A., Lockshin, L., Villani, C., & Bogomolova, S. (2023). Audit and benchmarking of supermarket catalog composition in five countries. *International Journal of Advertising*, 42(3), 589–616. <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2079818>