



**Journal of Human And Education**  
Volume 3, No. 2, Tahun 2023, pp 578-584  
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876  
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **Pelatihan Digital Marketing dan Teknik Pelabelan Produk dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris Terhadap UKM Serundeng DZS Kitchen di Kabupaten Dharmasraya**

**Dodi Widia Nanda<sup>1\*</sup>, Kelik Purwanto<sup>2</sup>, Aprimadedi<sup>3</sup>, Galuh Prasetyaningrum<sup>4</sup>, Rhicky Novrizal Chandra<sup>5</sup>**

Universitas Dharmas Indonesia<sup>1,2,3,4,5</sup>  
Email: [dodiwidiananda@undhari.ac.id](mailto:dodiwidiananda@undhari.ac.id)<sup>1\*</sup>

### **Abstrak**

Terdapat dua permasalahan krusial yang dialami oleh mitra sebagai urgensi pengabdian, yakni di bidang manajemen dan pemasaran. Hambatan di bidang manajemen adalah terkait keterbatasan kemampuan pemilik usaha dalam melakukan pembukuan otomatis. Saat ini, pemilik usaha masih menggunakan pembukuan manual. Sehingga menghambat kemajuan usaha karena belum jelasnya pembukuan antara harta, kewajiban, modal, laba dan penjualan yang didapat. Masalah lain yang dialami mitra adalah terkait pemasaran. Produk serundeng ini memang sudah dipromosikan melalui *Instagram*, namun belum efektif. Selanjutnya, kemasan serundeng ini baru sebatas pada nama produk, kontak pemilik dan label halal. Sedangkan deskripsi produk, bahan baku dari produk belum tercantum, serta desain dari label yang masih seadanya dan belum menarik. Program pengabdian ini memiliki dua tujuan utama sekaligus sebagai solusi yang ditawarkan. Pertama, program ini bertujuan untuk memperbaiki aspek manajemen dengan memberikan pelatihan pembukuan menggunakan *Microsoft Excel*. Kedua, memperbaiki aspek pemasaran dengan memberikan pelatihan *digital marketing* dan pelabelan produk. Label produk akan dibuat dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Setelah diberikan pendampingan intensif, mitra sudah mampu mengoperasikan *Microsoft Excel* untuk pembukuan usaha, mitra bisa memasarkan produknya di media sosial dan mampu membuat label produk yang menarik dan informatif untuk peningkatan penjualan.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing; Teknik Pelabelan; UKM Serundeng; Pengabdian*

### **Abstract**

There are two crucial problems experienced by *Mitra* as an urgency for dedication, namely in the field of management and marketing. Barriers in the field of management are related to the limited ability of business owners to carry out automatic bookkeeping. Currently, business owners still use manual bookkeeping. Thus, hampering business progress because the bookkeeping is unclear between assets, liabilities, capital, profits and sales obtained. Another problem experienced by *Mitra* is related to marketing. This *serundeng* product has indeed been promoted through *Instagram*, but it has not been effective. Furthermore, this *serundeng* packaging is only limited to the product name, owner contact and *halal label*. While the product description, the raw materials of the product have not been listed. The design of the label is still sober and not attractive. This service program has two main objectives as well as the solution offered. First, this program aims to improve management aspects by providing bookkeeping training using *Microsoft Excel*. Second, it enhances marketing aspect by providing training on digital marketing and product labeling. Product labels will be made in Indonesian and English. After being given intensive assistance, *Mitra* can operate *Microsoft Excel* for business bookkeeping, market their products on social media and create attractive and informative

Copyright: Dodi Widia Nanda, Kelik Purwanto, Aprimadedi, Galuh Prasetyaningrum,  
Rhicky Novrizal Chandra

product labels to increase sales.

**Keywords:** *Digital Marketing; Labeling Techniques; Serundeng UKM; devotion*

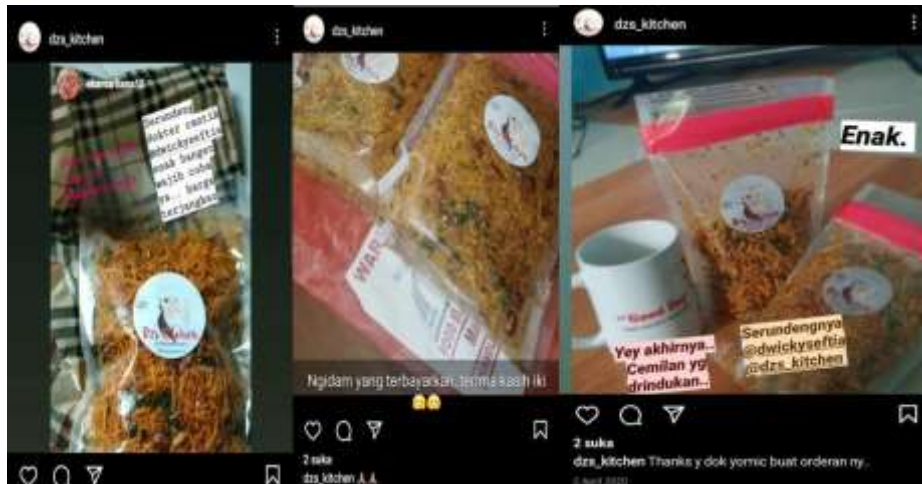
## PENDAHULUAN

Usaha kecil Menengah (UKM) adalah ujung tombak kemajuan perekonomian bangsa, terutama dalam kesejahteraan rakyat di daerah-daerah (Lumbanraja, 2011). Hal ini juga terefleksi di Kabupaten Dharmasraya Sumatera Barat. UKM adalah sektor yang memiliki ketahanan terhadap berbagai macam guncangan perekonomian, termasuk dari krisis global (Untari, 2012). Akan tetapi, ketahanan dari gejala perekonomian tersebut baru akan terjadi jika UKM terus sudah memiliki fondasi yang kuat seperti manajemen, pemasaran, dan termasuk permodalan yang mumpuni (Ansofini, 2012). Berdasarkan hasil observasi di tempat mitra, fondasi-fondasi yang memadai tersebut belum dimiliki oleh (*UKM Serundeng DZS kitchen*). UKM yang bergerak di bidang penjualan makanan khas Minang Bernama Serundeng ini memiliki permasalahan krusial yang menghambat kemajuan usaha. Sejak berdiri pada tahun 2019, UKM yang menggunakan bahan baku berupa ubi jalar sebagai bahan utama dari serundeng ini mengalami pasang surut usaha akibat dari masalah-masalah yang dialami UKM ini.

Permasalahan pertama adalah hambatan di bidang manajemen adalah terkait keterbatasan kemampuan pemilik usaha dalam melakukan pembukuan otomatis. Saat ini, pemilik usaha masih menggunakan pembukuan manual. Hal ini tentu menghambat pengembangan usaha serundeng ini. Terutama dalam pengajuan dana ke pihak Bank yang membutuhkan catatan usaha yang terstruktur, rapi dan lengkap. Terkait hal tersebut, dari awal berdiri hingga sekarang, pengajuan dana pinjaman usaha ke pihak Bank belum pernah disetujui akibat belum tertatanya data keuangan dan penjualan produk serundeng yang telah dipasarkan. Sehingga, kondisi saat ini, produksi serundeng *UKM DZS Kitchen* ini hanya dalam skala kecil akibat dari minimnya modal usaha.

Isu urgen kedua yang dialami oleh pelaku usaha ini adalah terkait aspek pemasaran. Masalah pemasaran seperti penjualan yang masih menggunakan cara konvensional dan pelabelan produk serundeng ini yang masih seadanya. Saat ini, promosi produk serundeng ini memang sudah dipromosikan melalui *Instagram*, namun belum efektif dilaksanakan. Ini bisa terlihat dari contoh-contoh postingan serundeng yang diambil langsung dari akun *Instagram DZS Kitchen* berikut:

**Gambar 1: Foto Postingan Promosi Serundeng UKM DZS Kitchen**



Dari contoh postingan serundeng *DZS Kitchen* di atas, dapat disimpulkan bahwa Teknik promosi yang diaplikasikan masih seadanya. Belum terlihat memadai dan menarik bagi para konsumen. Padahal menurut (Ansofini, 2012), ada beberapa Teknik yang dibutuhkan agar postingan jualan di IG bisa menarik bagi para konsumen, seperti pengambilan foto yang menarik, penggunaan caption yang pas dan sesuai, penggunaan Hashtag yang relevan, identifikasi merk dan brand dan lain sebagainya. Akan tetapi, kriteria-kriteria di atas belum terlihat sama sekali dari beberapa contoh postingan IG Serundeng *DZS Kitchen*.

Oleh karena itu, bantuan dalam bentuk pelatihan *Digital Marketing* sangat dibutuhkan demi mendongkrak penjualan serundeng UKM ini. Sementara itu, dalam hal pemasaran konvensional, UKM ini juga masih dalam batas promosi dari "mulut ke mulut" dimana ini memiliki jangkauan yang sangat terbatas. Ini terbukti dengan jumlah rata-rata produk yang terjual baru sebanyak 80 kg/bulan. Artinya,

produk yang terjual hanya dalam rentang 20 kg/minggu.

Rendahnya tingkat penjualan tersebut juga terjadi akibat pelabelan produk serundeng yang belum konsisten. pelabelan produk masih terbatas, belum menarik dan belum tertata dengan rapi. Saat ini, kemasan serundeng ini baru sebatas pada nama produk, kontak pemilik dan label halal. Sedangkan deskripsi produk, bahan baku dari produk belum tercantum, serta desain dari label yang masih seadanya dan belum menarik. Padahal menurut (Mudra, 2010), Label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan di pasarkan, label produk dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan di belinya dan menjadi penguat branding usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, label dari sebuah produk harus menarik, lengkap, rinci agar bisa meningkatkan jumlah penjualan. Namun, hal tersebut belum ditemui di label yang dibuat oleh pemilik UKM ini. Bahkan, inkonsistensi penggunaan label masih terlihat di foto berikut:

**Gambar 2: Inkonsistensi penggunaan label dan merk produk Serundeng UKM DZS Kitchen**



Dari gambar-gambar di atas, terlihat dengan gamblang bahwa penggunaan label dari produk serundeng ini masih sangat inkonsisten. Mulai dari perubahan nama produk dari *Serundeng Dwickysertia* menjadi *DZS Kitchen*. Perubahan merk, inkonsistensi desain hingga gambar yang digunakan. Permasalahan label makin paripurna setelah informasi yang dimuat di label baru sebatas nama, nomor HP dan label halal. Sementara itu deskripsi singkat produk, komposisi dan hal detil lainnya belum terlihat. Menurut Walsh & Lipinski (2009), ini akan berdampak terhadap ketidakminatan para konsumen dalam membeli sebuah produk. Akibat dari permasalahan- permasalahan urgen di atas berdampak terhadap kondisi terkini dimana UKM ini kekurangan dana usaha dan termasuk peralatan- peralatan yang mendukungnya, seperti belum adanya komputer sebagai sarana penunjang pembukuan usaha otomatis dan juga wajan yang masih kecil dalam menggoreng ubi serundeng. Sehingga mengakibatkan terbatasnya produksi dan perputaran uang usaha.

Pelatihan label dalam Bahasa Inggris juga dibutuhkan. Alasannya, Kabupaten Dharmasraya adalah satu Kabupaten yang rutin mengadakan kegiatan *Tour de Singkarak*. Kegiatan dalam bentuk lomba pacu sepeda yang diikuti oleh Turis yang berasal dari Manca Negara ini bisa menjadi ajang promosi bagi produk-produk UKM yang ada di Kabupaten Dharmasraya. Tentu, pelabelan produk dalam Bahasa Inggris akan sangat membantu pemasaran kepada turis asing yang datang. Oleh karena itu, pelatihan pelabelan produk dalam Bahasa Inggris juga akan diberikan kepada pemilik usaha *UKM Serundeng DZS Kitchen* ini. Gambaran lengkap tentang UKM Serundeng DZS Kitchen ini akan ditampilkan di tabel berikut:

**Tabel 1: Aktifitas Usaha UKM Serundeng DZS Kitchen**

Aspek	Keterangan
Lokasi Usaha	Jorong Seberang Piruko Timur, Nagari Koto Baru, Kecamatan Koto Baru, Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat, 27681
Jumlah Tenaga kerja	3
Lama Usaha	4 Tahun

Jenis Produk yang Dihasilkan	Serundeng Ubi Jalar
Bahan Baku	Ubi Jalar
Jumlah Produksi/Bulan	80 kg
Wilayah Pemasaran	Dalam Kabupaten Dharmasraya
Aset Usaha	Peralatan Produksi seperti alat penggorengan
Pemanfaatan Internet	Tidak ada
Kepemilikan Komputer	Tidak Ada
Permasalahan Usaha	Permodalan Alat Produksi (Wajan masih Kecil) Belum ada Komputer dalam mengelola manajemen usaha secara otomatis ManajemenPemasaran
Permasalahan Prioritas	ManajemenPemasaran

Berdasarkan kondisi telah diuraikan di atas maka tujuan kegiatannya adalah untuk Memberikan Pelatihan “*Digital Marketing* dan “*Teknik Pelabelan Produk dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris*” Terhadap UKM Serundeng *DZS Kitchen* di Kabupaten Dharmasraya

#### **METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan di atas tentu juga melibatkan partisipasi mitra dalam penerapannya. Dengan metode di atas, partisipasi mitra dalam kegiatan ini tentu menjadi sangat jelas. Bagaimana mitra menjalani pelatihan dalam bentuk teori maupun langsung praktik dengan mendemonstrasikan pembukuan usaha dengan Microsoft Excel, Langsung belajar mendesain Label dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris serta memasukkan produk ke dalam *platform* digital seperti *Instagram, Markertplace dan Shopee*. Bahkan kontribusi mitra dalam kegiatan ini juga bersifat in-kind berupa peralatan-peralatan yang dibutuhkan saat penyuluhan seperti meminjamkan microphone, speaker dan lain sebagainya.

Tentu kegiatan ini dirancang tidak sampai pada tahap di atas saja, akan tetapi ada evaluasi berkala serta keberlanjutan program ketika kegiatan selesai dilaksanakan. Evaluasi berkalanya dalam bentuk pemantauan rutin (minimal sekali dalam satu minggu) ke lokasi mitra terkait perkembangan mitra dalam melakukan pembukuan dengan Microsoft Excel serta memantau label yang mitra gunakan. Bahkan, saat kegiatan selesai dilaksanakan, akan diadakan *survey* skala kecil kepada konsumen mitra terkait dampak label produk yang digunakan mitra dalam menarik mereka (konsumen) dalam membeli produk. Bahkan, pemasaran produk serundeng mitra akan dipantau secara berkala di platform Digital yang ada.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah pendampingan intensif, maka terdapat beberapa hasil dan pembahasan dari pengabdian ini. Pertama, dalam aspek manajemen, mitra sudah mampu membuat laporan keuangan secara otomatis menggunakan *Microsoft Excel*. Sebelumnya, pemilik usaha masih menggunakan pembukuan manual. Hal ini tentu menghambat pengembangan usaha serundeng ini. Setelah didampingi baik secara teori maupun praktik, mitra sudah mampu membuat pembukuan keuangan secara baik dan efektif. Peningkatan ini terlihat di gambar berikut ini:

**Gambar 3: Peningkatan Kemampuan Mitra dalam Mengoperasikan Microsoft Excel untuk Pembukuan Usaha**

LAPORAN MANAJEMEN KEUANGAN UKM DZS KITCHEN					
BUKU KAS KELUAR MASUK					
Tanggal	No. Nota	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
26/6/2023	A001	Saldo Awal			2,000,000
27/6/2023	A002	Pembelian Bahan Baku		500,000	1,500,000
4/7/2023	A003	Pemasukan Penjualan	1,750,000		3,250,000.00
15/7/2023	A004	Pembelian Bahan Baku		750,000	2,500,000
25/7/2023	A005	Pemasukan Penjualan	1,400,000		3,900,000
2/8/2023	A006	Pembelian Bahan Baku		500,000	3,500,000
19/8/2023	A007	Pemasukan Penjualan	1,250,000		4,750,000
26/8/2023	A008	Pembelian Bahan Baku		500,000	4,250,000
2/9/2023	A009	Pemasukan Penjualan	1,430,000		5,680,000

Selanjutnya, peningkatan mitra juga terdapat dalam aspek pembuatan label. Sebelumnya, pelabelan produk masih terbatas, belum menarik dan belum tertata dengan rapi. Saat ini, kemasan serundeng ini baru sebatas pada nama produk, kontak pemilik dan label halal. Sedangkan deskripsi produk, bahan baku dari produk belum tercantum, serta desain dari label yang masih seadanya dan belum menarik. Padahal menurut Mudra (2010), Label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan di pasarkan, label produk dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya. Setelah diberikan pelatihan baik secara teori maupun praktik, deskripsi produk, bahan baku dari produk sudah tercantum serta desain dari label yang sudah menarik. Pelabelan juga sudah dibuat dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.



Perbedaan pelabelan produk sebelum dan sesudah pendampingan bisa dilihat di gambar berikut ini:

**Gambar 4: Perbandingan Label Produk sebelum dan Sesudah Pendampingan**



Terlihat, pelabelan produk setelah pelatihan diberikan (gambar sebelah kanan) jauh lebih menarik dibandingkan dengan sebelum pelatihan (gambar sebelah kiri) diberikan kepada mitra.

Terakhir, peningkatan signifikan juga terlihat dalam aspek pemasaran. Setelah sebelumnya mitra hanya memasarkan produk secara terbatas dari *mulut ke mulut* dan promosi via *Instagram*. Padahal menurut (Anfofini, 2012), ada beberapa teknik yang dibutuhkan agar postingan jualan di IG bisa menarik bagi para konsumen, seperti pengambilan foto yang menarik, penggunaan *caption* yang pas dan sesuai, penggunaan *Hashtag* yang relevan, identifikasi *merk* dan *brand* dan lain sebagainya. Setelah pendampingan yang intensif secara teori dan praktik, mitra sudah mampu memasarkan produk serundengnya via media sosial dengan baik dan efektif. Ini terlihat dalam gambar berikut ini:



**Gambar 5: Pemasaran produk Serundeng di Media Sosial**

### SIMPULAN

Setelah memberikan pendampingan intensif kepada Mitra, maka dapat disimpulkan bahwa mitra sudah mampu mengoperasikan Microsoft Excel untuk pembukuan usaha. Mitra juga mampu memasarkan produknya di media sosial dengan baik dan efektif serta mampu membuat label produk yang menarik dan informatif, baik dalam Bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris. Semua peningkatan ini juga berujung terhadap peningkatan dan kemajuan usaha Serundeng dari *UKM Serundeng DZS Kitchen*

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi; Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi; Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) yang telah mendanai Program Pengabdian Masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada segenap pimpinan dan civitas academica Universitas Dharmas Indonesia dan mitra *UKM Serundeng DZS Kitchen* yang telah mendukung total kegiatan pengabdian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ansofini (2012). Grand desain industry unggulan dalam rangka menuju perubahan struktural perekonomian Sumatera Barat. *Menara Ilmu*. Januari (27).  
*Artikel pada Universitas Sumatera Utara*. Fakultas Ekonomi.
- Lumbanraja, P. (2011). Bersama UKM membangun ekonomi rakyat dan lingkungan hidup.
- Mudra, I. W. (2010). Desain Kemasan Produk. Disampaikan pada Pelatihan Pembuatan Kemasan pada Kegiatan Pembinaan Kemampuan Teknologi Industri di Kota Denpasar. 19 s/d 23 April 2010
- Untari, R. (2012). Pola pertumbuhan sentra industri kecil di Indonesia. Disertasi. Institut Teknologi Bandung.
- Walsh, M. F. dan Lipinski J. (2009). The Role of The Marketing Sized Enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 16: 569-585.