

## **PENINGKATAN KOMPETENSI ENGLISH FOR EXPORT LABELLING BAGI UMKM DI AREA EKS LOKALISASI DOLLY UNTUK MEMPERKUAT SISTER CITY DI KOTA SURABAYA**

**Annysa Endriastuti, Maurisia Putri Permatasari, Sidarta Prasetyo,  
Triubaida Maya Ardianti, Celya Intan Kharisma Putri, Angkita Wasito Kirana**

Universitas Airlangga  
*annysa.endri@vokasi.unair.ac.id*

### **Abstract**

Following the closing of Dolly localization in 2014, the area has transitioned into a creative economic zone centered on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), empowering the community to manufacture marketable products. One of the MSME-based business groups in the area is the Mampu Jaya Joint Business Group (KUB) which produces footwear. Although it has received several significant purchases, orders from local consumers are not always reliable. So, there is a need to market items to a larger market, particularly the worldwide market, through export activities. However, partners continue to face challenges in achieving this. The primary challenges encountered by MSME stakeholders (target partners) in this domain are: (1) insufficient proficiency in a foreign language, specifically English, particularly concerning the labeling process; (2) absence of English information or descriptions on product packaging; (3) scarcity of language assistance partners to enhance community members' skills in utilizing English for promotional materials and product packaging; and (4) inadequate comprehension of marketing strategies among partners. The solution offered to partners to overcome these problems is through English for export Labeling Training for MSMEs in the former Dolly localization area in collaboration with the Sawahan District. This PkM outlines a training activity plan emphasizing the necessity of English proficiency for MSME participants. It includes training on English for export Labeling to develop English product labels, supported by translators, proofreaders, and facilitators, specifically students from the D3 English Language Study Program at the Faculty of Vocational Studies, Airlangga University. Additionally, it encompasses training and mentoring in the application of marketing strategy skills for product promotion. This PkM exercise aims to strengthen MSME members' English skills. The results of this PkM may afterwards appear in national journals with ISSN, receive good exposure through print or electronic media publications, and be made available as activity videos. Furthermore, the accessibility of modules provides a useful guide for using English in labeling purposes. It would be beneficial that these training and mentoring initiatives will continue in order to address the issue of the community's creative economic welfare.

*Keywords: English for export Labelling, MSME, Ex Dolly localization, Sister City.*

### **Abstrak**

Sejak penutupan lokalisasi Dolly di tahun 2014, kawasan ini beralih fungsi menjadi kawasan ekonomi kreatif kerakyatan berbasis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di mana masyarakat di kawasan eks lokalisasi tersebut diberdayakan untuk menghasilkan produk-produk yang dapat dijual. Salah satu kelompok usaha berbasis UMKM di kawasan tersebut adalah Kelompok Usaha Bersama (KUB) Mampu Jaya yang memproduksi alas kaki. Meskipun beberapa kali mendapatkan pesanan dalam jumlah besar, pesanan dari konsumen lokal tidak selalu dapat diandalkan. Sehingga keinginan untuk memasarkan produk pada pasar yang lebih luas, khususnya pasar internasional melalui kegiatan ekspor perlu dilakukan. Namun mitra masih mengalami permasalahan-permasalahan dalam mewujudkan hal tersebut. Permasalahan pertama yang dihadapi oleh pelaku UMKM (mitra sasaran) di area ini adalah: (1) masih belum menguasai Bahasa asing, yaitu Bahasa Inggris, utamanya dalam proses labelling; (2) belum ada keterangan atau deskripsi dalam Bahasa Inggris di kemasan produk; (3) terbatasnya mitra pendamping kebahasaan untuk meningkatkan keterampilan anggota komunitas dalam menggunakan Bahasa Inggris

untuk media promosi dan pengemasan produk; serta (4) terbatasnya kemampuan mitra dalam memahami strategi pemasaran. Solusi yang ditawarkan pada mitra untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut adalah melalui Pelatihan English for export Labelling bagi UMKM di kawasan eks lokalisasi Dolly bekerjasama dengan pihak Kecamatan Sawahan. Uraian rencana kegiatan pelatihan dalam PkM ini meliputi pentingnya penguasaan keterampilan Bahasa Inggris bagi pelaku UMKM, pelatihan English for export Labelling untuk membuat label produk berbahasa Inggris dimana kami akan menyediakan translator, proofreader, serta fasilitator yaitu para mahasiswa dari D3 Program Studi Bahasa Inggris Fakultas Vokasi Universitas Airlangga, serta pelatihan dan pendampingan dalam mengaplikasikan keterampilan marketing strategies dalam mempromosikan produk-produk yang telah dihasilkan. Adapun target luaran kegiatan PkM ini adalah peningkatan keterampilan Bahasa Inggris para anggota UMKM. Kemudian, hasil dari PkM ini dapat dipublikasikan pada jurnal nasional ber ISSN, mendapat eksposur positif berupa publikasi di media cetak atau elektronik, serta tersedianya video kegiatan. Selain itu, tersedianya modul menjadi referensi yang bermanfaat dalam mengaplikasikan Bahasa Inggris untuk proses labelling. Diharapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan semacam ini akan dilaksanakan secara berkelanjutan sebagai upaya mengatasi masalah kesejahteraan ekonomi kreatif masyarakat.

*Keywords: English for export Labelling, UMKM, Eks Lokalisasi Dolly, Sister City.*

## PENDAHULUAN

Kawasan Dolly Surabaya menjadi sangat populer di jamannya sebagai salah satu kawasan lokalisasi terbesar di Asia Tenggara sejak tahun 1960an, mengalahkan eksistensi lokalisasi di negara-negara lainnya seperti Patpong di Bangkok, Thailand dan Geylang di Singapura (Amalia, 2014). Lokalisasi ini akhirnya ditutup oleh Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya pada tanggal 18 Juni 2014. Lokasi Dolly berada di Kelurahan Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya. Ketika lokalisasi ini beroperasi, masyarakat yang tinggal di kawasan Dolly berada pada kondisi yang tidak kondusif di mana banyak terjadi praktik perdagangan wanita (*women trafficking*), pelanggaran HAM, peredaran narkoba, konsumsi miras, penularan penyakit kelamin, AIDS, tingkat kriminalitas yang tinggi, serta permasalahan-permasalahan masyarakat lainnya yang meresahkan (Saputra, 2015). Isu terkait dengan tumbuh kembang anak-anak di sekitar lokalisasi juga menjadi hal yang sangat memprihatinkan, di mana mereka

terbiasa melihat aktivitas-aktivitas seksual yang tidak layak. Bahkan, beberapa di antara mereka sudah mengkonsumsi minuman keras dan narkoba. Hal ini menjadi perhatian semua pihak agar permasalahan-permasalahan yang ada di lokalisasi Dolly terselesaikan.



**Gambar 1. Potret salah satu tempat prostitusi Gang Dolly di masa lalu (sumber: kaskus.co.id)**

Pasca ditutupnya lokalisasi Dolly memunculkan permasalahan-permasalahan di berbagai aspek, baik permasalahan sosial maupun ekonomi. Permasalahan sosial yang terkait stigma negatif yang melekat, di mana keberadaan mantan PSK (Pekerja Seks Komersil) dan mucikari tidak sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Ketika harus kembali ke daerah masing-masing pun para PSK dan mucikari ini

juga akan mengalami tekanan sosial yang memunculkan reaksi penolakan-penolakan (Wahyuni, 2014). Sementara permasalahan ekonomi yang muncul lebih mengarah pada ketergantungan masyarakat setempat pada kawasan lokalisasi tersebut. Ketergantungan ini tampak pada aktivitas ekonomi yang dapat berhenti seiring ditutupnya kawasan eks lokalisasi Dolly. Masyarakat di sekitar Dolly dahulunya banyak yang membuka usaha tempat parkir, warung, toko, jasa *laundry*, ojek, dan sebagainya. Bahkan, beberapa warga ada yang menyewakan rumah mereka untuk aktivitas prostitusi.

Permasalahan terbesar pasca penutupan Gang Dolly yang dirasakan tidak hanya oleh PSK dan mucikari tetapi juga oleh masyarakat sekitar adalah permasalahan ekonomi. Sehingga, setelah penutupan dilakukan, Pemkot Surabaya memberikan kompensasi uang sebesar tiga juta rupiah kepada para PSK dan lima juta rupiah kepada para mucikari (Lion et al., 2014). Meskipun pada awalnya para PSK dan mucikari tidak sepenuhnya menerima keputusan ini, namun pada akhirnya mereka menyetujui kompensasi tersebut. Masyarakat area Dolly juga bersedia berpartisipasi dalam program-program pengembangan ekonomi yang dirancang oleh Pemkot Surabaya.

Dalam perkembangannya, program-program pemerintah pada sektor ekonomi diarahkan pada pengembangan area Dolly sebagai kawasan ekonomi kreatif kerakyatan berbasis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di mana masyarakat di kawasan eks lokalisasi tersebut diberdayakan untuk menghasilkan produk-produk yang dapat dijual. Warga gang Dolly diberi pelatihan-pelatihan agar mampu menghasilkan karya yang kreatif dan

inovatif. Pemerintah Kota Surabaya juga membantu mempromosikan dan mendistribusikan produk-produk tersebut ke pasar. Di sisi lain, bantuan pemerintah pusat dan provinsi juga diharapkan dapat menyokong kemandirian dan mengembangkan keterampilan masyarakat sekitar.

Saat ini kawasan eks lokalisasi Dolly menjadi salah satu pusat ekonomi kreatif yang memunculkan puluhan rumah usaha dengan produk yang beragam. Dalam kurun waktu sepuluh tahun pasca penutupannya secara permanen, beberapa rumah produksi berhasil dikelola oleh Pemerintah Kota Surabaya. Bahkan, baru-baru ini Pemerintah Kota Surabaya dan Kedutaan Besar Inggris telah menjalankan beragam program kerjasama dalam pengembangan kawasan Dolly melalui hubungan *Sister City* untuk menggerakkan UMKM ([www.merdeka.com](http://www.merdeka.com)).

Dalam pengertiannya, *sister city* atau *twin city* digambarkan sebagai dua kota, dua provinsi, atau dua negara yang berbeda lokasi dan administrasi politik dengan tujuan menjalin hubungan kemitraan budaya, ekonomi, dan sosial antar penduduk secara berkesinambungan dan dalam kurun waktu yang panjang (Souder et al., 2005; Nuralam, 2018). Hubungan dalam *sister city* juga menyediakan motivasi dalam memelihara persahabatan antar kota yang juga mengembangkan kegiatan ekonomi di bidang perdagangan, pariwisata, dan investasi Clarke, 2009; Kaltenbrunner et al., 2013).

Di Indonesia kerjasama terkait *sister city* diatur dalam Peraturan Menteri Luar Negeri Nomor: 09/A/KP/XII/2006/01 Tanggal: 28 Desember 2006 tentang Panduan Umum Tata Cara Hubungan Dan Kerjasama Luar Negeri Oleh Pemerintah Daerah. Dalam peraturan

tersebut pada halaman 25 dijelaskan bahwa Kerjasama antara Pemerintah Daerah dengan Pemerintah Daerah di luar negeri (*Sister Province/Sister City*) dilakukan dengan negara yang memiliki hubungan diplomatik dengan negara Republik Indonesia, tidak mengganggu stabilitas politik dan keamanan dalam negeri, dan berdasarkan pada prinsip menghormati kedaulatan Negara Kesatuan Republik Indonesia, persamaan kedudukan, tidak memaksakan kehendak, memberikan manfaat dan saling menguntungkan serta tidak mengarah pada campur tangan urusan dalam negeri masing-masing.

Selanjutnya, Kementerian Koperasi dan UMKM sangat mendukung kerjasama yang terjalin antara Kedutaan Besar Inggris dan Pemerintah Kota Surabaya dalam memberdayakan area eks lokalisasi Dolly menjadi kawasan industri yang produktif. Diberitakan bahwa Pemerintah Inggris akan memberikan dana sebesar lima ratus ribu poundsterling atau sekitar 9,57 miliar untuk pengelolaan UMKM di kawasan Dolly yang kini telah menghasilkan belasan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang kreatif dan inovatif (tribunnews.com). Pendampingan untuk kawasan ini akan terus dilakukan mengingat para pelaku UKM tidak mungkin dapat berjalan sendiri-sendiri. Oleh sebab itu, Walikota Surabaya saat ini, Eri Cahyadi membentuk koperasi untuk mengontrol arus pendapatan serta meningkatkan kemampuan SDM UMKM (tribunnews.com). Dengan adanya pola pemberdayaan seperti ini diharapkan dapat menjadi *role model* untuk kawasan-kawasan sejenis agar tetap dapat bertahan dan mengembangkan SDM serta SDA yang ada untuk menciptakan produk-produk yang kreatif dan inovatif.



**Gambar 2. Duta Besar Inggris untuk Indonesia dan Timor Leste Owen Jenkins dan Menteri Koperasi dan UMKM Teten Masduki mengunjungi UKM di Kawasan Dolly (sumber: tribunnews.com)**

Dalam perkembangannya, seluruh elemen masyarakat sekitar dan pemerintah, baik pusat maupun daerah, bekerjasama saling membantu satu sama lain termasuk pihak Kecamatan Sawahan yang menjadi garda depan dalam mengawal proses di lapangan. Tugas pengawalan tersebut juga berada di ranah pendampingan pelatihan-pelatihan, penyelenggaraan beberapa *event*, membantu melakukan promosi sentra wisata Dolly, dan beragam kegiatan positif lainnya

Peran Pemerintah Kota Surabaya dalam pengembangan kawasan industri kreatif diwujudkan dalam bentuk pengembangan keterampilan wirausaha. Sebanyak 80 orang berhasil memiliki usaha seperti berjualan bakso, mie, jasa catering, kerajinan batik, sepatu, makanan ringan, dan lainnya. Namun ternyata tidak semuanya berhasil mendirikan UKM, dari 80 orang yang dibina melalui Dinas Sosial Surabaya hanya 50 yang berhasil mendirikan UKM dan hanya 13 UKM eks Dolly di antaranya yang masih bertahan hingga hari ini (www.jawapos.com). Ketigabelas UKM tersebut menjadi UKM dampingan organisasi Gerakan Melukis Harapan (GMH) tahun

program 2017 yaitu UKM Tempe Bang Jarwo, UKM Oseki, UKM Batik Jarak Arum, UKM Samijali, UKM Katering Dolly. Selain itu beberapa UKM yang tergabung dalam UKM binaan seperti KUB Mampu Jaya telah mampu menghasilkan produk berupa alas kaki. Selain itu, UKM lainnya juga menghasilkan produk sablon, kerajinan tangan, makanan ringan, kuliner, minuman, telur asin, dan lainnya ([www.tempo.co.id](http://www.tempo.co.id)). Dengan munculnya beberapa UKM binaan di kawasan Dolly menjadikan area ini sebagai kampung industri yang mandiri mengelola bisnis berbasis pada kekuatan masyarakat sekitar sehingga mampu membantu mengatasi permasalahan ekonomi yang ada serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu UKM binaan yang terbentuk di kawasan Dolly tergabung dalam KUB Mampu Jaya yang diketuai oleh Atik Triningsih. Kelompok usaha ini memiliki 28 anggota aktif yang memproduksi sepatu; sandal hotel; *totebag*; *apron* dan produk lainnya. Dalam proses produksinya KUB Mampu Jaya kini menempati bekas Wisma New Barbara. Kegiatan para pekerja terbagi dalam beberapa tugas, diantaranya menjahit, mengelem, sampai mengesol alas kaki. Dalam sehari kelompok usaha ini dapat memproduksi hingga 2000 pasang sandal hotel *slipper* tergantung pesanan dari beberapa hotel di berbagai daerah. Selain menerima pesanan dalam jumlah besar, mereka juga menerima pemesanan dalam bentuk *custom* untuk sepatu kulit dan sepatu *kets* dengan minimal pemesanan satu kodi. Dari data di atas dapat digambarkan bahwa dalam proses produksi UMKM ini tidak mengalami permasalahan yang berarti

Meskipun beberapa kali KUB ini mendapatkan pesanan dalam jumlah

yang besar dari konsumen lokal, namun jika tidak ada pesanan maka mereka juga berhenti berproduksi. Pesanan yang berasal dari konsumen lokal juga seringkali hanya mampu menutup biaya produksi saja. Oleh sebab itu mereka ingin memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas yaitu pasar internasional melalui ekspor produk. Dalam proses ekspor barang tentu saja memunculkan tantangan yang lebih besar di mana penguasaan bahasa asing menjadi kendala dalam mempromosikan produk. Keterbatasan keterampilan berbahasa asing, khususnya Bahasa Inggris, menjadi salah satu penghambat mengingat tidak ada anggota kelompok ini yang menguasai bahasa tersebut. Dampaknya, kegiatan-kegiatan untuk memperluas pasar internasional masih terhambat. Salah satu permasalahan yang dihadapi mitra adalah proses *labelling* produk dalam Bahasa Inggris. Proses ini tentu saja tidak mudah mengingat dalam setiap pemilihan kata dalam Bahasa Inggris untuk label produk akan menentukan cara pandang konsumen terhadap produk tersebut. Endriastuti dan Kusumo (2016) menyatakan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia dalam kemasan produk sering diasosiasikan dengan kepemilikan (*belongingsness*), sementara Bahasa Inggris lebih diasosiasikan dengan kemewahan (*sophistication*). Di sisi lain, Bahasa Inggris sebagai *lingua franca* dianggap mampu menjembatani permasalahan yang berkaitan dengan keberagaman bahasa seluruh masyarakat di dunia, termasuk dalam bidang ekonomi.

Selain itu, mitra juga tidak memahami strategi pelabelan produk dalam runang lingkup *marketing strategies* di mana proses *labelling* dinilai penting karena pelabelan produk merupakan bentuk representasi terhadap

informasi produk. Secara umum proses pelabelan dapat digambarkan sebagai proses memberikan informasi penting yang tertera pada produk. Kotler (2000) menyampaikan bahwa fungsi label meliputi: (1) mengidentifikasi produk atau merk; (2) menentukan kelas produk; (3) menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman); serta (4) label juga mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik. Sementara itu tujuan pelabelan adalah: (1) Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan; (2) Sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik; (3) Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum; (4) Sarana periklanan bagi produsen; (5) Memberi rasa aman bagi konsumen.

Berdasarkan analisis situasi yang disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi mitra berkaitan dengan terbatasnya kemampuan dalam berbahasa asing, khususnya Bahasa Inggris, sehingga masih kesulitan dalam melakukan labelling produk. Padahal di sisi lain mitra ingin memasarkan produk yang dihasilkan ke pasar yang lebih luas yaitu pasar internasional melalui kegiatan ekspor. Selain itu mitra juga kurang memahami tentang strategi pemasaran dalam memperluas jaringan promosi produk

## METODE PELAKSANAAN PkM

Pelaksanaan program PkM ini terbagi ke dalam beberapa tahapan pelaksanaan, diantaranya: Identifikasi permasalahan mitra, pre-test, pelatihan *English for export Labelling*, post-test, serta evaluasi.

### a. Identifikasi Permasalahan Mitra

Dalam mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra, tim PkM telah melakukan diskusi dengan ketua KUB Mampu Jaya tentang langkah-langkah yang akan ditempuh dalam kegiatan PkM ini. Selain itu, tim PkM juga melakukan pertemuan dengan Bapak Camat Kecamatan Sawahan untuk meminta masukan dan saran tentang penanganan permasalahan-permasalahan mitra dalam melaksanakan PkM

### b. Pre-test

Kegiatan pre-test dilaksanakan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta yang berkaitan dengan *English for export Labelling* dan *Marketing strategies* sebelum mengikuti pelatihan.



Gambar 3 Pelaksanaan Pre-test

Dari pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada 35 peserta pelatihan diperoleh hasil bahwa

sebagian besar peserta pelatihan belum memahami penggunaan Bahasa Inggris dalam proses *labelling* serta marketing strategies dalam pemasaran internasional.

c. Pelatihan *Export for english Labelling*

Kegiatan

Dalam pelatihan ini menyajikan dua materi. Adapun materi pelatihan yang diberikan kepada para peserta meliputi:

• *English for export Labelling*

Materi ini menyajikan pengetahuan yang berkaitan dengan keterampilan Berbahasa Inggris dalam proses pelabelan produk yang akan diekspor. Hal ini penting mengingat English for labelling adalah bentuk informasi akurat bagi konsumen dari suatu produk dalam aspek pemasaran internasional berbahasa Inggris (Hartono & Azman, 2019). Setelah memperoleh materi yang berkaitan dengan Choice of Vocabularies, Translation, Making attractive sentences, Product Description, serta Cultural aspects, peserta pelatihan mengikuti kegiatan simulasi dalam membuat label produk sederhana. Peserta dibagi dalam beberapa kelompok dengan tugas membuat label produk berbahasa Inggris. Mereka membuat deskripsi produk menggunakan kalimat-kalimat Bahasa Inggris yang berkaitan dengan produk yang mereka hasilkan.

Dalam proses simulasi para peserta pelatihan diperkenankan melihat contoh-contoh label produk-produk ekspor dari berbagai sumber, termasuk internet. Mereka juga disarankan menggunakan alat bantu penerjemahan online, seperti *google translate* agar mempermudah menemukan padanannya dalam bahasa sasaran. Para fasilitator

membantu peserta dalam menyesuaikan kata-kata maupun kalimat Bahasa Inggris untuk digunakan dalam pelabelan produk.



Gambar 4 Penyampaian Materi *English for export Labelling*



Gambar 5. Penyampaian materi *Marketing strategies*

• *Marketing strategies*

Pada sesi ini, peserta pelatihan diberikan pengetahuan mengenai Marketing strategies yang merupakan salah satu konsep keterampilan dalam pemasaran. Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan (Assauri, 2006). Para peserta akan

belajar mengidentifikasi unsur strategi pemasaran dan unsur taktik persaingan kaitannya dengan aktivitas ekspor produk.



Gambar 6. Peserta pelatihan *English for export Labelling*

d. Post-test



Gambar 7. Pelaksanaan *Post-test*

Setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan, tahapan selanjutnya adalah melaksanakan post-test. Metode pelaksanaannya sama dengan pre-test. Dalam sesi ini diperoleh hasil adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan.

e. Evaluasi

Secara keseluruhan ada 2 (jenis) evaluasi yang dilakukan pada kegiatan PKM ini. Yang pertama adalah evaluasi

keterampilan peserta dalam bentuk pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat keberhasilan peserta mengikuti pelatihan ini, dan yang kedua adalah evaluasi pelaksanaan PKM (dalam bentuk kuesioner) sebagai bentuk umpan balik dari peserta kepada penyelenggara. Kedua bentuk evaluasi tersebut telah dilaksanakan dan diharapkan kegiatan PKM ini tidak selesai pada saat itu juga namun masih berkelanjutan sehingga di tahun-tahun mendatang dapat diagendakan kegiatan serupa dengan materi yang berbeda sehingga dapat menambah keberdayaan UMKM di kawasan eks Dolly.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Kegiatan PkM

#### a. Observasi Lokasi dan Identifikasi Permasalahan Mitra

Kegiatan PkM ini diawali dengan observasi lokasi dan diskusi dengan beberapa pihak terkait untuk melihat potensi serta kelemahan/kekurangan yang ada di wilayah tersebut, baik dari sisi SDA ataupun SDMnya. Berikut dipaparkan hasil observasi dan identifikasi yang telah dilakukan oleh tim PkM.

#### Kekuatan:

1. Mitra memiliki etos tinggi untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan melalui kegiatan PkM sebagai upaya memperluas pemasaran dan meningkatkan kesejahteraan;
2. Lokasi program PkM berada di gang lebar yang memungkinkan akses mobil masuk.
3. Di area tersebut terdapat beberapa UMKM yang terbentuk sehingga memungkinkan untuk menjalin kerjasama dan

komunikasi dalam upaya memajukan UMKM yang telah terbentuk.

**Kelemahan:**

1. Kemampuan mitra dalam mengakses teknologi masih terbatas.
2. Waktu untuk kegiatan PkM kurang fleksibel mengingat semua anggota mitra adalah pekerja yang harus menyelesaikan pesanan dalam jumlah yang besar, sehingga kegiatan PkM harus mengikuti jadwal yang diberikan oleh mitra
3. Meskipun terdapat beberapa UMKM di area sekitar PkM namun belum ada kerjasama yang cukup berarti dalam upaya memperluas jaringan pemasaran, termasuk pemasaran di kawasan internasional.

b. Pelatihan English for export Labelling dan Marketing strategies

Pelatihan English for export Labelling dan Marketing strategies telah dilaksanakan pada hari Sabtu, 31 Agustus 2024 bertempat di rumah produksi KUB Mampu Jaya yang beralamat di jalan Kupang Gunung Timur I no.20 Surabaya. Pelatihan ini diikuti oleh 35 peserta yang terdiri dari seluruh anggota KUB Mampu Jaya dan beberapa perwakilan ketua UMKM di area sekitar rumah produksi.

Di bawah ini ditampilkan susunan acara kegiatan pelatihan *English for export Labelling*

Tanggal	Waktu	Acara	
31 Agustus 2024	08.30	Registrasi peserta	
	09.00	Doa Pembukaan dan pendahuluan oleh ketua tim Sambutan perwakilan dari Kecamatan Putat Jaya Sambutan Ketua KUB Mampu Jaya Pre-test	
	10.00	Materi 1: <i>Export &amp; Export Products</i>	
	11.00	Materi 2: <i>English for export Labelling</i>	
	12.00	ISHOMA	
	13.00	Materi 3: Marketing Strategies	
	14.00	Simulasi: Memebuat label produk berbahasa Inggris	
	15.00	Post-test Penutupan	

Pelatihan ini membahas tiga topik penting diantaranya: *Export & Export Products*, *English for export Labelling*, dan *Marketing Strategies*. Materi pertama yang disampaikan berkaitan dengan definisi dan ruang lingkup kegiatan ekspor termasuk produk-produk yang memungkinkan berpotensi untuk diekspor.

Materi kedua berkaitan dengan penggunaan Bahasa Inggris dalam label produk ekspor. Pada sesi ini juga dibahas tentang penggunaan dan pengoperasian alat bantu penerjemahan yang sederhana dan mudah bagi peserta pelatihan

Materi ketiga yang disampaikan membahas tentang strategi-strategi pemasaran, termasuk trik dan tips dalam melakukan pemasaran internasional. Kemudian, di sesi berikutnya peserta melakukan simulasi, membuat labelproduk berbahasa Inggris menggunakan alat bantu penerjemahan, seperti *google translate*.

### **Hasil Pengabdian dan Luaran yang didapat**

Adapun luaran yang dihasilkan meliputi: modul, video kegiatan, artikel dalam media massa, serta peningkatan keterampilan mitra.

#### **Modul**

Salah satu luaran yang dihasilkan dalam kegiatan PkM ini adalah modul yang berjudul: “Memperluas Jangkauan Pemasaran melalui Peningkatan Kompetensi Berbahas Inggris dalam English for export Labeling”. Modul tersebut dirancang sesuai dengan kebutuhan mitra dalam upaya memperluas jaringan pemasaran ke kawasan internasional. Selain itu, modul yang didesain menggunakan bahasa sederhana ini diharapkan mampu menjadi rujukan dalam mengaplikasikan Bahasa Inggris dalam dunia bisnis, khususnya dalam membuat label produk.

#### **Video Kegiatan PkM**

Dalam pelaksanaan PkM ini, salah satu bentuk dokumentasi yang dibuat adalah video kegiatan. Video tersebut diupload pada channel youtube Program Studi D3 Bahasa Inggris Fakultas Vokasi Universitas Airlangga. Video kegiatan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dalam melaksanakan kegiatan PkM serupa. Selain itu juga merupakan bentuk branding baik bagi program studi maupun KUB Mampu Jaya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

#### **Peningkatan Keterampilan Mitra**

Salah satu luaran yang berimbas signifikan pada mitra adalah adanya peningkatan keterampilan. Sebagai bahasa yang digunakan secara global, Bahasa Inggris menjadi alat komunikasi bisnis internasional. Oleh sebab itu,

penting bagi peserta PkM meningkatkan kompetensi pada penguasaan bahasa asing.

Sebagai salah satu area yang dipilih oleh Pemerintah Inggris untuk mengembangkan model kerjasama berbentuk sister city, kawasan Dolly dipandang memiliki potensi untuk memperluas produk-produk UMKMyag ada di pasar yang lebih luas, yaitu pasar internasional. Sehingga tidak dapat dihindari pengemasan dan pelabelan produk harus menggunakan Bahasa Inggris.



**Gambar 8. Sesi simulasi, mendiskusikan hasil labelling yang telah dibuat oleh peserta pelatihan**



**Gambar 9. Sesi simulasi, mendiskusikan hasil labelling yang telah dibuat oleh peserta pelatihan**

Dalam proses simulasi, peserta pelatihan dibagi ke dalam beberapa kelompok. Mereka diminta membuat label produk berbahasa Indonesia kemudian mereka diminta untuk menerjemahkannya ke dalam Bahasa Inggris menggunakan alat penerjemahan *online*, seperti *google translate*.

Dari aktivitas tersebut peserta pelatihan belajar memilih diksi yang sesuai untuk produk mereka. Dalam membuat *product description* berbahasa Inggris mereka menggunakan alat bantu penerjemahan. Dari kegiatan ini mereka belajar mengoperasikan gawai dan memanfaatkan teknologi secara tepat guna.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan, peserta pelatihan mendapatkan peningkatan keterampilan dalam menggunakan Bahasa Inggris untuk membuat label produk ekspor. Selain itu mereka juga mampu mengoperasikan teknologi dalam bentuk pemanfaatan alat penerjemahan *online*, *google translate*, untuk membantu mencari padanan kata dari bahasa sumber ke bahasa target.

#### **Kendala yang dihadapi dan solusinya**

1. Waktu pelatihan yang kurang fleksibel dikarenakan ketika jadwal pelatihan telah disepakati bersama, pihak KUB Mampu Jaya mendapatkan pesanan dalam jumlah yang besar sehingga harus mengubah jadwal pelatihan karena harus menyelesaikan pesanan tersebut. Oleh sebab itu perlu dilakukan penjadwalan ulang agar program tersebut dapat dilaksanakan.

2. Selain waktu pelatihan yang kurang fleksibel hambatan lain

yang ada adalah kemampuan dan keterampilan berbahasa Inggris para peserta pelatihan yang tidak merata. Hal ini juga ditambah dengan kemampuan penguasaan teknologi yang tidak merata, misalnya dalam mengoperasikan gawai untuk mengakses internet. Sehingga, dalam proses simulasi terdapat ketimpangan hasil antara peserta satu dengan yang lainnya. Maka, kehadiran pendamping/fasilitator diperlukan dalam membantu setiap kelompok menyajikan materi tentang dalam memahami dan mengaplikasikan Bahasa Inggris dalam label produk.

3. Lokasi pelatihan yang harus berpindah dari kantor Kecamatan Sawahan ke rumah produksi KUB Mampu Jaya karena adanya agenda lainnya. Hal ini berimbas pada kurang siapnya sarana prasarana yang dibutuhkan serta sempitnya ruangan untuk proses simulasi. Hal yang dilakukan tim PkM adalah melakukan pengaturan ulang tempat yang tersedia agar cukup dijadikan sarana pelatihan.

#### **Tahap yang perlu diselesaikan**

Adapun rencana tahapan PkM selanjutnya masih perlu dicapai diantaranya:

1. Menyelesaikan satu luaran wajib yaitu melakukan publikasi media massa. Dalam hal ini tim PkM sedang berupaya untuk menulis artikel media massa.

2. Melakukan pendampingan dalam pembuatan label pada produk-produk yang dihasilkan oleh mitra sehingga di masa mendatang siap untuk dilepas di pasar internasional.

3. Melakukan modifikasi dan inovasi dalam desain kemasan serta label produk agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

## KESIMPULAN

Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang digunakan hampir di seluruh belahan dunia dalam melakukan komunikasi lintas budaya global. Penggunaan bahasa ini juga diaplikasikan dalam aktivitas bisnis. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Tim dari Universitas Airlangga, peningkatan kemampuan berbahasa asing dalam bentuk pelatihan dan pendampingan untuk UMKM di area eks lokalasi Dolly Surabaya dapat terlaksana. Tujuannya adalah memperluas jaringan pemasaran ke dunia internasional sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar sehingga ketergantungan ekonomi terhadap aktivitas lokalasi dapat dihilangkan secara total.

Program PkM ini berfokus pada peningkatan kompetensi berbahasa Inggris yang diaplikasikan dalam proses labelling produk. Dengan tema pelatihan "English for export Labelling" dan "Marketing strategies" diharapkan peserta pelatihan dapat membuat product description berbahasa Inggris. Selain itu juga memperoleh tambahan pengetahuan tentang strategi-strategi pemasaran termasuk trik dan tips pemasaran global.

Setelah mengikuti pelatihan, para peserta diharapkan secara mandiri mampu membuat label dalam Bahasa Inggris untuk setiap model produk yang dihasilkan. Hal ini memerlukan proses sehingga tujuan dapat tercapai dan dapat menginspirasi UMKM lainnya yang memiliki karakteristik yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja

Grafindo

- Clarke, N. 2009. *In what sense 'spaces of neoliberalism'? The new localism, the new politics of scale, and town twinning.* *Political Geography*, 28(8), 496-507
- Davies, Alan dan Catherine Elder. 2004. *The Handbook of Applied Linguistics*: Blackwell.
- Endriastuti, A & Kusumo, E.S. (2016). *Locally Produced, Internationally Consumed: Relevansi Penggunaan Bahasa pada Iklan Produk Lokal sebagai Upaya Product Campaign terhadap Profit Expansion di Era MEA: Seminar Bahasa & Sastra SENABASTRA*, Universitas Trunojoyo Madura, 1 (June 2016). 222-229
- Hartono R., & Azman M.N.A. 2019. *Product Label Translation in Indonesian Context: Mistake, Quality, and Solution.* *International Journal of Innovation, Creativity, and Change*. Volume 7, Issue 11, 2019
- Kaltenbrunner, A., Aragón, P., Laniado, D., & Volkovich, Y. 2013. *Not all paths lead to Rome: Analysing the network of sister cities.* In *International Workshop on Self-Organizing Systems* (pp. 151-156). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lion, et. al. 2021. *Dolly Dahulu dan Sekarang*. Komunitas: Jurnal Ilmu Sosiologi. Vol.4 No.1 1-13
- Nuralam, Inggang Perwangsa. 2018. *Peran Strategis Penerapan Konsep Sister City dalam Menciptakan Surabaya Green-City* *Journal of Applied Business*

*Administration Vol 2, No 1, Maret 2018, hlm. 144-151. e-ISSN:2548-9909*

Saputra, Akmal. 2015. *Potret Lokalisasi Gang Dolly dalam Perspektif Patologi Sosial. Community: Pengawas Dinamika Sosial. Vol. 1, No. 1, ISSN 2477-5746*

Souder, D. B., Bredel, S., & Rodd, L. R. 2005. A Study of Sister City Relations. *A research paper of Asian Languages and Civilizations in University of Colorado.*

Wahyuni, Hera. 2014. *PSK dan Tekanan Sosial Pasca Penutupan Gang Dolly Surabaya. Personifikasi Jurnal Ilmu Psikologi. ISSN: 2087-7447*