

**MENINGKATKAN KETERAMPILAN PEMASARAN PRODUK DENGAN  
MEDIA IKLAN BERBAHASA INGGRIS PADA SISWA SMK PALAPA  
BANDAR LAMPUNG**

Febriyanti Istiara<sup>1</sup>, Dyanti Mahrannisya<sup>2</sup>, Dian Windriani<sup>3</sup>, Maya Aprilia<sup>4</sup>, Yuliani<sup>5</sup>  
<sup>12345</sup>STKIP PGRI Bandar Lampung  
<sup>1</sup>istiarafebri02@gmail.com, <sup>2</sup>dyantianis@gmail.com, <sup>3</sup>dianwindri234@gmail.com,  
<sup>4</sup>mayaapri@gmail.com, <sup>5</sup>yuliani112@gmail.com

**Abstrak:** Artikel ini merupakan hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran produk dengan media iklan berbahasa Inggris pada siswa kelas X jurusan pemasaran di SMK Palapa Bandar Lampung. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 15 November 2023, yang dihadiri oleh 15 orang peserta. Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah dan praktik. Sebanyak dua materi disajikan dalam kegiatan ini, (1) konsep pemasaran (2) Penggunaan bahasa Inggris pada Iklan Produk, dan diakhiri dengan praktik membuat Iklan berbahasa Inggris. Secara keseluruhan peserta pelatihan menunjukkan ketertarikan yang tinggi, menyimak dengan baik, dan kooperatif.

**Kata Kunci:** Bahasa Inggris, Iklan, Pemasaran

***Abstract:** This article is the result of a Community Service activity that aims to improve product marketing skills with English advertising media for class X students majoring in marketing at SMK Palapa Bandar Lampung. This activity was carried out on November 15, 2023, which was attended by 15 participants. This activity was carried out using lecture and practice methods. A total of two materials were presented in this activity, (1) marketing concepts (2) Use of English in Product Ads, and ended with the practice of making English Ads. Overall, the participants showed high interest, listened well, and were cooperative.*

***Keywords:** English, Advertising, Marketing*

## **PENDAHULUAN**

Sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) bertujuan untuk menghasilkan tenaga kerja terampil yang memiliki kemampuan sesuai dengan tuntutan kebutuhan dan persyaratan dunia kerja, serta mampu mengembangkan potensi diri dalam mengadopsi dan beradaptasi dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Perkembangan teknologi saat ini menuntut tersedianya tenaga kerja yang kompeten dan handal di berbagai bidang

agar sebuah negara mampu bertahan dan berperan dalam era yang penuh persaingan dan sekaligus membuka dan memanfaatkan setiap peluang. Kondisi ini menuntut dunia pendidikan dan pasar kerja dirancang secara terintegrasi dengan memperhatikan tujuan dan kebutuhan dunia kerja. Di samping itu, lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dipersiapkan untuk menjadi lulusan yang siap berperan aktif dalam persaingan pasar global sehingga mereka perlu dibekali berbagai ketrampilan, khususnya yang berkaitan dengan produk, salah satu

jurusan yang tersedia di SMK adalah jurusan Pemasaran.

Pemasaran (*Marketing*) adalah suatu sistem untuk melakukan kegiatan secara keseluruhan mulai dari merencanakan produk, penetapan harga, promosi hingga merancang strategi pendistribusian produk untuk memuaskan para konsumen. Pemasaran merupakan salah satu inti dari kegiatan bisnis, karena produk sebegus apapun apabila fungsi ini tidak berjalan, maka tujuan bisnis sulit untuk tercapai. Pengertian *Marketing* adalah seluruh aktivitas yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan kepada target pasar tertentu. Dengan kata lain, *marketing* adalah usaha untuk menarik perhatian calon konsumen. Menurut Kotler (2012) "*Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is "meeting needs profitably."* Menurut Tjiptono dan Diana (2020) pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa, dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan pemangku kepentingan. Berdasarkan apa yang dijabarkan di atas pemasaran merupakan suatu hal yang sangat berperan penting dalam perjalanan bisnis suatu perusahaan, sehingga dibutuhkan keterampilan memasarkan produk yang tepat, salah satu strategi pemasaran adalah menggunakan media iklan berbahasa Inggris.

Iklan merupakan bagian dari upaya pemasaran sebuah perusahaan (Reichert, 1976: 35). Menurut Jefkins yang dikutip oleh Lukitaningsih, periklanan merupakan proses komunikasi lanjutan yang membawa khalayak ke informasi terpenting yang memang perlu publik ketahui (Jefkins, 1997: 16). Dari pernyataan sebelumnya dapat diketahui bahwa iklan merupakan salah satu strategi

dalam memperkenalkan dan menjual sebuah produk kepada satu target pasar tertentu. Alex (1998) menjelaskan bahwa suatu iklan memiliki tujuan sebagai berikut: (1) Mendukung program penjualan pribadi dan kegiatan promosi lainnya; (2) Mencapai orang-orang yang tidak dapat dicapai oleh tenaga penjual dalam waktu tertentu (3) memasuki daerah pemasaran baru atau menarik langgan baru; (4) memperkenalkan produk baru; (5) menambah volume penjualan.

Meningkatnya teknologi pada zama sekarang ditambah dengan tingkat penggunaan bahasa asing, yakni bahasa Inggris ditengah masyarakat khususnya generasi milenial yang sudah mulai terbiasa menggunakan bahasa lain selain bahasa Indonesia sehingga menjadikan promosi menggunakan bahasa Inggris menjadikan produk tersebut lebih moderen dan memiliki daya tarik. Pemasaran suatu produk harus dibuat semenarik mungkin agar calon konsumen mau untuk membeli produk yang ditawarkan. Tidak hanya itu, pemasaran produk juga bisa bertujuan untuk meningkatkan "kedekatan" antara konsumen. Ciri-ciri promosi dalam Bahasa Inggris, tidak jauh berbeda dengan iklan bahasa Indonesia. Berikut adalah ciri-ciri bahasa iklan dalam struktur dan penulisannya menurut Madjadikara (2004): (1) Menggugah: Bahasa iklan yang baik mampu menggugah dan memberi solusi bagi audiens, bukan justru membingungkan; (2) Informatif: kata-kata yang digunakan di dalam konten iklan harus jelas, komunikatif, bersahabat, dan tidak boleh bertele-tele; (3) Persuasif atau membujuk: Rangkaian kalimat yang digunakan di dalam bahasa iklan harus mampu membuat audiens yang ditargetkan merasa senang, terhibur, dan nyaman; (4) Bertenaga Gerak: Bahasa yang digunakan di dalam iklan harus memiliki komposisi kata-kata yang mamou memaksimalkan waktu selama masa promosi atau penawaran masih

berlangsung; (5) Komunisasif: Bahasa iklan yang digunakan harus bersifat komunikatif dan persuasive; (6) Efektif: penyusunan kata-kata dan rangkaian kalimat di dalam konten iklan harus mampu menonjolkan atribut-atribut penting dari sebuah merek, produk, atau entitas yang diiklankan.

## **METODE**

Pengabdian Kepada Masyarakat tentang peningkatan pemasaran produk melalui media iklan berbahasa Inggris dilaksanakan pada hari Rabu, 15 November 2023 di SMK Palapa Bandar Lampung. Kegiatan ini diikuti oleh 15 siswa jurusan pemasaran. Kegiatan ini dibagi menjadi empat sesi. Sesi pertama adalah pemaparan tentang pemasaran yang disampaikan oleh Ibu Dyanti Mahrurnisya. Sesi kedua adalah pemaparan mengenai bagaimana meningkatkan pemasaran menggunakan iklan berbahasa Inggris yang disampaikan oleh Ibu Dr. Febriyantina Istiara, M.Pd. Sesi ketiga adalah kegiatan pengaplikasian materi dengan membuat iklan pemasaran produk dengan menggunakan bahasa Inggris yang disampaikan oleh Ibu Dian Windriani, S.S., M.Hum., dan sesi keempat yaitu sesi tanya jawab. Media yang digunakan untuk membatu jalannya kegiatan ini adalah LCD proyektor, Laptop, Papan Tulis, *Handout* dan *notebook*.

Pembicara dalam kegiatan ini adalah tim pengabdian kepada masyarakat dari program studi Bahasa Inggris dan Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bandar Lampung. Adapun tugas masing-masing dari setiap pembicara dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Dr. Febriyantina Istiara, M.Pd, mengorganisir kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yaitu mengakomodasi informasi, solusi, alternatif, pemantauan dan komunikasi dengan pihak SMK Palapa Bandar Lampung, serta

mengisi materi dan menambah laporan pertanggung jawaban.

2. Dyanti Mahrurnisya, M.Pd., dan Dian Windriani, S.S., M.Hum., merancang tema dan usulan mengenai peningkatan kemampuan pemasaran produk melalui iklan berbahasa Inggris, mengisi materi pengabdian, menyusun laporan pertanggung jawaban, dan laporan pengabdian.

## **Persiapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat**

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebelum dilaksanakan pengabdian masyarakat yaitu:

1. Melakukan studi pustaka tentang pemasaran dan penggunaan media iklan berbahasa Inggris.
2. Melakukan uji coba desain materi yang akan disampaikan.
3. Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya waktu pengabdian.
4. Mengirim surat kesediaan kepada kepala SMK Palapa Bandar Lampung terkait dengan kesediaan dalam mengikuti pelatihan.
5. Menerima tanggapan yang sangat baik dari Wakil Kepala Sekolah bagian Humas SMK Palapa Bandar Lampung atas kesediaannya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada bulan November 2023.
6. Menyiapkan media dan perlengkapan yang dibutuhkan.

## **Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat**

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Rabu, 15 November 2023. Adapun susunan acara kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Persiapan.
2. Peserta pelatihan memasuki ruangan kelas pelatihan.
3. Pembukaan pelatihan oleh pihak SMK Palapa Bandar Lampung.
4. Penyampaian Materi oleh Ibu Dr. Febriyantina Istiara, M.Pd.,

- dilanjutkan oleh Ibu Dyanti Mahrunnisya, M.Pd., dan Ibu Dian Windriani, S.S., M.Hum.
5. Metode Pelatihan yang digunakan adalah ceramah dan praktik.
  6. Melakukan diskusi dan tanya jawab.
  7. Pemateri memberikan contoh bagaimana menggunakan Bahasa Inggris pada media iklan, ketika melakukan kegiatan pemasaran. Pada tahap ini, peserta pelatihan menyimak dan menirukan pemateri.
  8. Praktek dilakukan untuk mengaplikasikan materi untuk membuat iklan berbahasa inggris.
  9. Dokumentasi kegiatan.
  10. Akhir kegiatan ditutup oleh ketua pelaksana pengabdian.

#### **Khalayak Sasaran**

Kegiatan ini diikuti oleh 15 peserta yang merupakan siswa jurusan pemasaran SMK Palapa Bandar Lampung.

#### **Kepakaran Tim Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Tim pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah dosen tetap di program studi Pendidikan Bahasa Inggris dan Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bandar Lampung.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan peningkatan keterampilan pemasaran produk menggunakan media iklan berbahasa inggris ini memfokuskan pada keterampilan peserta untuk memilih media pemasaran. Pelatihan ini diawali dengan pemaparan materi tentang pemasaran dari Ibu Dyanti mahrunnisya, M.Pd. sebelum materi disampaikan para peserta dibekali dengan lembaran materi dan juga alat tulis untuk dapat membantu kegiatan menyimak materi.

Materi pemasaran diberikan untuk membantu mengingat kembali mengenai konsep dari pemasaran yang sudah mereka pelajari sebelum mendapatkan pelatihan ini. Dapat dijelaskan bahwa pemasaran adalah kegiatan untuk

mempermosikan atau mengenalkan produk atau jasa suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Priangani, 2013) pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Perusahaan yang sudah memahami pentingnya proses pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan akan mengetahui adanya cara baru yang terlibat didalamnya. Cara ini biasa disebut sebagai konsep pemasaran, konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan keputusan terhadap keinginan dan berorientasi pada kebutuhan konsumen. Ada banyak media yang bisa digunakan saat melakukan pemasaran produk, dalam pelatihan ini kami memilih menggunakan media Iklan. Iklan merupakan salah satu alat dalam bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri dari lima alat (Kotler, 2000). Selain iklan, juga terdapat *sales promotion*, *personal selling*, *public relation*, dan *direct marketing*. Namun, iklanlah yang paling banyak digunakan khususnya untuk produk konsumsi. Meskipun tidak secara langsung berakibat terhadap pembelian, iklan merupakan sarana untuk membantu pemasaran yang efektif untuk menjalin komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dalam usahanya untuk menghadapi pesaing (Lukitaningsih, 2013). Adapun pengertian iklan secara komprehensif adalah semua bentuk aktivitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang, atau jasa secara nonpersonal yang dibayar oleh sponsor tertentu (Durianto, 2004).



Gambar 1. Pemaparan Konsep Pemasaran.

Materi kedua mengenai tentang penggunaan bahasa Inggris pada iklan. Materi ini disampaikan oleh Ibu Dr. Febriyantina Istiara, M.Pd dan Praktikum yang dilanjutkan oleh Ibu Dian Windriani, S.S.,M.Hum dengan pengaplikasian bahasa Inggris pada iklan produk atau jasa. Seperti yang sudah diketahui bahwa sekarang berada pada evolusi 4.0 dimana kecanggihan teknologi sudah sangat pesat. Orang-orang tidak hanya melihat dan mendengarkan iklan pada tv atau radio, kecanggihan membuat iklan pada era media sosial yang sangat beragam. Kemunculan media sosial ini menjadi salah satu sarana untuk berbisnis, sehingga diperlukan promosi menggunakan iklan baik berbahasa Indonesia ataupun bahasa Inggris. Persaingan produk tidak hanya terjadi pada produk lokal saja, tetapi sudah pada persaingan bebas, dimana produk asingpun bisa kita lihat dari iklan di media sosial. Hal ini menandakan sangat penting untuk mengetahui dan menggunakan bahasa Inggris, agar produk dapat diketahui konsumen, tidak hanya nasional tetapi internasional.



Gambar 2. Pemaparan Materi Urgensi Iklan berbahasa Inggris

Ada beberapa hal terkait dengan jenis teks dan bahasa dalam iklan berbahasa Inggris yang dijelaskan oleh Ibu Dr. Febriyantina Istiara. Dalam hal ini dijelaskan bahwa ada tiga jenis bahasa dalam iklan. Pertama, teks iklan harus bersifat persuasif. Tujuan dari iklan adalah menarik pembeli sehingga sebuah iklan harus mampu mengajak pembeli untuk membeli atau menggunakan produk. Kedua, bahasa dalam iklan bersifat imperative atau berisi kalimat-kalimat perintah. Ketiga, teks iklan harus bersifat informative supaya pembeli mengetahui informasi atau deskripsi dari sebuah produk yang sedang diiklankan.

Selain menjelaskan tentang jenis bahasa yang digunakan dalam Bahasa Inggris, pemateri juga menjelaskan tentang kosa-kata, frasa, dan kalimat yang digunakan dalam iklan. Pertama, ada beberapa istilah dalam Bahasa Inggris dalam pemberian diskon, seperti *buy 1 get 1 free, we currently have our special discount*. Kedua, istilah Bahasa Inggris untuk kalimat penawaran terbatas, pemateri memberikan contoh seperti, *limited edition, these specials are only available today, grab it fast*. Ketiga, kalimat Bahasa Inggris untuk pernyataan kualitas terbaik, seperti *best quality, best offer guaranteed, dan you deserved the best*.

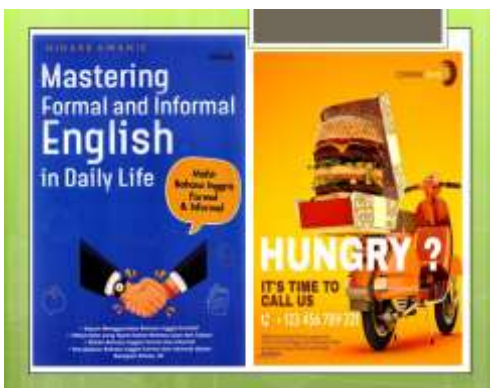


Gambar 3. Pemaparan Pengaplikasian Bahasa Inggris pada Iklan

Setelah pemateri menjelaskan urgensi dari penggunaan bahasa Inggris pada iklan untuk pemasaran produk, pemateri memberikan contoh beberapa iklan dari produk ternama yang menggunakan Bahasa Inggris Inggris.



Gambar 4. Contoh iklan dalam Bahasa Inggris dari D'Cost



Gambar 5. Contoh iklan dalam Bahasa Inggris dari Niharr Awanie

Pemateri meminta peserta untuk membuat iklan sesuai dengan produk yang mereka ingin pasarkan. Kegiatan selanjtnya yaitu setiap peserta melakukan persentasi hasil yang telah dikerjakan kelompoknya berupa karya iklan berbahasa Inggris. Selama pelatihan peserta diberikan masukan, saran dan koreksi terhadap penulisan, berupa pemilihan kata yang menarik sesuai dengan produk masing-masing, pengucapan bahasa Inggris pada setiap kata yang dituliskan. Walaupun awalnya peserta merasa kurang percaya diri, namun mereka melakukan kegiatan dengan sangat baik. Terlihat dari hasil iklan yang mereka buat bervariasi dan menarik.



Gambar 5. Peserta mempresentasikan hasil kerja kelompok

### **Evaluasi Kegiatan**

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan kendala yang terjadi adalah peserta merupakan siswa kelas X sehingga masih perlu beradaptasi dengan kegiatan seperti ini, berkaitan dengan kemampuan peserta masih kurang percaya diri dengan kemampuan yang dimiliki sehingga pemateri harus memberikan motivasi agar peserta menjadi berani. Meskipun ada kendala namun tidak menjadi penghambat bagi kelancaran kegiatan pengabdian ini. Kegiatan berjalan lancar dan tepat waktu.

### **Luaran yang Dicapai**

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di SMK Palapa Bandar Lampung diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang konsep pemasaran, peserta diharapkan mampu untuk memilih media yang tepat sebagai sarana promosi, memanfaatkan media iklan sebagai salah satu solusi untuk memperkenalkan produk, serta meningkatkan kemampuan berbahasa asing, khususnya bahasa Inggris sebagai salah satu bahasa alternatif yang digunakan selain bahasa Indonesia. Adapun yang menjadi permasalahan selama ini pada siswa jurusan pemasaran SMK Palapa Lampung adalah terdapat siswa yang belum menumbuhkan minat untuk berwirausaha dikarenakan adanya kendala dalam memasarkan produk. Misalnya (1) kurangnya pengetahuan mitra tentang jenis-jenis Bahasa dalam iklan berbahasa Inggris, seperti bagaimana membuat kalimat persuasive, imperative dan informative (2) Kurangnya kemampuan mitra tentang penggunaan Bahasa Inggris untuk membuat iklan, seperti kurangnya kosa-kata, tata bahasa dan mengolah kalimat dalam Bahasa Inggris.

Melalui pelatihan ini siswa dibekali dengan keterampilan membuat iklan berbahasa Inggris, walaupun masih sederhana tetapi peserta telah berani mengeluarkan ide kreatif, sehingga hal ini dapat memunculkan minat bakat yang baru.

Setelah melaksanakan pelatihan peningkatan pemasaran produk melalui media iklan berbahasa Inggris, tim PKM memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan peserta tentang konsep pemasaran.
2. Meningkatkan kemampuan peserta tentang pemilihan kata-kata dalam bahasa Inggris, baik yang formal ataupun kosakata sehari-hari.
3. Meningkatkan kreativitas peserta.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan di SMK Palapa Bandar Lampung maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengenai Peningkatan Kemampuan Pemasaran Produk melalui Media Iklan Berbahasa Inggris telah terlaksana dengan baik. Kegiatan PKM ini mendapat respon antusias dari peserta pelatihan.
2. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta kreativitas peserta dalam memasarkan produk menggunakan media Iklan.
3. Kegiatan PKM ini diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan guna memberikan pengalaman, pengetahuan dan pelatihan.

Mendasar besarnya manfaat kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka selanjutnya perlu:

1. Dilakukannya kegiatan serupa di lain tempat mengenai pelatihan pembuatan iklan berbahasa Inggris, untuk dapat membuka wawasan dan menumbuhkan minat berwirausaha.
2. Dilakukan kegiatan berkelanjutan dan berkesinambungan untuk hasil yang lebih efektif.
3. Perluasan dan peningkatan kerjasama antara berbagai pihak yang saling memberikan keuntungan dalam hal mutu akademik dan pengetahuan yang lebih baik.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alex, Nitisemito. (1988). *Managemen Personalisa: Managemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

BSNP. (2006). *Perendiknas RI No. 22 Tahun 2006 tentang Standar Isi untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah*. Jakarta.

Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: A.B. Susanto. Jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Lukitaningsih, A. Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Kominukasi Pemasaran. *Jurnal ekonomi dan Kewirausahaan*. 13(2), 116-129.

Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

Madjadikara, Agus S. (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Priangani, A. 2013. Memeperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*. 2(4), 1-9.

Reichert, G. 1976. *Advertising*. New York: Alexander Hamilton Institute.

Tjiptono, F., Diana,A. (2020) *Pemasaran*: Penerbit Andi Yogyakarta