

**PELATIHAN PEMBUATAN LABEL PRODUK DALAM BAHASA INGGRIS  
BAGI KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) GANG HIJAU DI  
KELURAHAN KEDATON**

Eva Nurchurifiani<sup>1</sup>, Sri Wahyuningsih<sup>2</sup>, dan Sari Narulita<sup>3</sup>

<sup>123</sup>STKIP PGRI Bandar Lampung

<sup>1</sup>churifiani@gmail.com, <sup>2</sup>sriwahyuni050202@gmail.com, <sup>3</sup>litalampung@gmail.com

**Abstrak:** Dalam sebuah produk yang menggunakan Bahasa Inggris akan terasa lebih keren dan bernilai. Sebuah brand produk memerlukan label sebagai tanda pengenal dari produk tersebut. Label produk adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas. Adapun label sebagai sejumlah keterangan yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui apakah produk mengandung unsur-unsur yang diharamkan atau membahayakan bagi kesehatan atau tidak. Label produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat menguatkan branding usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Maka dari itu dalam kegiatan PKMS ini berfokus pada pelatihan penggunaan Bahasa Inggris dalam pembuatan label produk di lingkungan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) gang hijau yang ada di kelurahan Kedaton. Usaha yang ada dinaungan (KUBE) gang hijau antara lain ada kopi, daging impor, kripik nanas, beras dan sayuran. Dalam pengemasan produk-produk tersebut menggunakan Bahasa Inggris sebagai daya tarik pembeli. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan PKMS ini adalah sebagai jalinan kerjasama mitra bidang sosial dalam pengembangan Bahasa Inggris, yaitu dengan menggunakan Bahasa Inggris sebagai label produk. Pelaksanaan kegiatan ini diadakan sehari pada hari sabtu, 30 Oktober 2021. Kegiatan ini berlangsung dari pukul 09.00 sampai 15.00 WIB dan diikuti oleh empat orang peserta. Kegiatan ini bertempat di kebun KUBE gang hijau, jalan patria, Kedaton, Bandar Lampung. Sehingga diharapkan dengan pelatihan menggunakan label produk berbahasa Inggris akan membuat produk dari KUBE makin dikenal masyarakat dan makin bernilai.

**Kata Kunci:** bahasa inggris, label produk

***Abstract:** In a product that used English, it will feel cooler and more valuable. A product brand requires a label to identify the product. Product label is a number of information on product packaging. In general, the label must at least contain the name or brand of the product, raw materials, composition additives, nutritional information, expiration date, product contents, and legality information. The label is a number of information that can be used to determine whether the product contains elements that are prohibited or harmful to health or not. Product labels are one of the important factors that can strengthen business branding in increasingly fierce business competition. Therefore, this PKMS activity focuses on training in making product labels in English within the Joint Business Group (KUBE) gang hijau in Kedaton political district. The businesses under the auspices of KUBE include coffee, pineapple chips, rice and vegetables. In the packaging of these products using English as a buyer's attraction. The purpose of*

*implementing this PKMS activity is as a partnership for social sector partners in the development of English, namely by using English as a product label. The implementation of this activity is held one day on Saturday, October 30, 2021. This activity takes place from 09.00 to 15.00 WIB and is attended by three participants. This activity took place at the KUBE garden, Jalan Patria, Kedaton, Bandar Lampung. So it is hoped that the training using English product labels will make a product from KUBE more known to the public and more valuable.*

**Keywords:** *English, product label*

## **PENDAHULUAN**

Ada banyak definisi dari Bahasa. Bahasa adalah alat komunikasi dalam masyarakat untuk menyampaikan suatu ide, maksud dan tujuan agar sama-sama memahami maksud yang terkandung dalam komunikasi.. Salah satu Bahasa internasional adalah Bahasa Inggris. Menurut Wikipedia (2021) Bahasa Inggris adalah bahasa Jermanik yang pertama kali dituturkan di Inggris pada Abad Pertengahan Awal dan saat ini merupakan bahasa yang paling umum digunakan di seluruh dunia. Bahasa Inggris dituturkan sebagai bahasa pertama oleh mayoritas penduduk di berbagai negara, termasuk Britania Raya, Irlandia, Amerika Serikat, Kanada, Australia, Selandia Baru, dan sejumlah negara-negara Karibia; serta menjadi bahasa resmi di hampir 60 negara berdaulat. Bahasa Inggris adalah bahasa ibu ketiga yang paling banyak dituturkan di seluruh dunia, setelah bahasa Mandarin dan bahasa Spanyol. Bahasa Inggris juga digunakan sebagai bahasa kedua dan bahasa resmi oleh Uni Eropa, Negara Persemakmuran, dan Perserikatan Bangsa-Bangsa, serta beragam organisasi lainnya. Bahasa Inggris memiliki peranan yang sangat penting bagi kehidupan semua orang, anak-anak maupun dewasa. Dengan menguasai Bahasa Inggris maka akan memudahkan dalam memahami informasi yang datang dari negara lain. Di era globalisasi ini, masyarakat Indonesia dituntut untuk bisa bersaing dengan masyarakat negara lain di semua aspek

kehidupan. Mereka juga dituntut untuk bisa berkomunikasi dalam forum internasional. Pentingnya memahami Bahasa Inggris antara lain dalam bidang pendidikan, dalam dunia kerja, dalam masyarakat, dalam bidang pariwisata dan lain-lain.

Dalam bidang pariwisata Bahasa Inggris sangat dibutuhkan sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke negara kita dan memperkenalkan alam, budaya, Bahasa kita ke mancanegara. Dengan hadirnya wisatawan maka akan menambah devisa dan penghasilan negara. Maka dari itu penting sekali menguasai Bahasa Inggris.

Industri pariwisata memberi sumbangan besar pada kekayaan negara. Oleh karena itu, penting bagi semua pelaku wisata untuk memaksimalkan potensi wisata yang ada. Bahasa Inggris merupakan salah satu kunci cara mengoptimalkan kesuksesan industri pariwisata karena dapat menarik wisatawan asing. Pelaku wisata yang mampu berbahasa Inggris dapat melayani wisatawan mancanegara dengan baik. Dengan pelayanan ini, mereka akan merasa nyaman dan kerasan ketika berwisata. Dengan demikian, para wisatawan tersebut akan kembali berwisata dan mengajak orang lain untuk juga datang kemari.

Menurut Fajri (2021) Bahasa Inggris juga perlu digunakan dalam membuat informasi tertulis tentang wisata, contohnya rambu arah menuju tempat wisata, papan peraturan objek wisata, panduan wisata, label souvenir,

label sebuah produk, dimana produk tersebut bisa menjadi oleh-oleh khas suatu tempat wisata. Dengan label produk berbahasa Inggris maka akan mudah dikenal dan diingat. Hal tersebut dapat memudahkan wisatawan dalam menemukan informasi dan rute objek wisata.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di sebuah kelompok usaha bersama (KUBE) gang hijau. Dimana kelompok usaha bersama tersebut meliputi kopi, sayuran bebas pestisida, beras organic, daging impor, dan kopi. Kegiatan ini diikuti oleh empat orang peserta dari kalangan ibu-ibu sekitar wilayah kelurahan kedaton. Kegiatan ini berlokasi di kebun sayuran yang dimiliki oleh KUBE gang hijau. Dalam pertemuan tersebut terdiri dari empat peserta, tiga orang tim pengabdian dan dua orang mahasiswa yang membantu. Kelompok usaha ini berdiri sejak 2020, gagasan dari para kumpulan bapak-bapak dan ibu-ibu yang terdampak covid-19. Jadi membuat kelompok usaha ini untuk mengisi kegiatan dimasa pandemi. Walau usaha ini masih tergolong merintis dan belum banyak pasar yang dijangkau tapi Alhamdulillah cukup meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Penanggung jawab KUBE adalah bapak Suheriyanto, S.E. dan beralamat di jalan patria no. 19 Kedaton, Bandar Lampung.

Label biasanya ditemukan pada produk-produk kecantikan, obat-obatan, dan makanan. Dilansir dari Oxford Learner's Dictionaries, *label is a piece of paper, etc. that is attached to something and that gives information about it.*

Label merupakan selembar kertas dan lain-lain yang melekat pada sesuatu dan yang memberikan informasi tentangnya. Label biasa dijumpai di sebuah produk, entah itu produk pakaian, makanan dan minuman, obat-obatan, kosmetik, dan produk perawatan tubuh. Beberapa bentuk label di antaranya ada di bagian kemasan atau wadah, bisa juga

diselipkan dalam produknya, seperti misal label baju (Guswindari, 2021).

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Sekarang pemberian label sudah merupakan suatu keharusan sehingga hampir tidak ada produk yang tidak diberi label. Banyak produk fisik yang harus dikemas dan diberi label. Kemasan yang dengan dirancang baik dapat menciptakan nilai kenyamanan bagi konsumen dan nilai promosi bagi produsen. Bahkan kemasan dapat bertindak sebagai tayangan iklan bagi produk tersebut. Pemasar harus mengembangkan suatu konsep pengemasan dan pengujiannya secara fungsional dan psikologis untuk memastikan apakah dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan sesuai dengan keijakan publik dan perhatian terhadap lingkungannya. Produk fisik juga memerlukan pelabelan untuk identifikasi dan penentuan kelas mutu, penjelasan serta promosi produk.

Penjual harus memberikan label pada produknya. Label bisa hanya berupa tempelan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau bisa pula banyak informasi. Bahkan jika penjual memilih label yang sederhana saja, peraturan hukum mungkin mengharuskan adanya informasi tambahan.

Menurut Tjiptono label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk. Sedangkan Kotler (2000:477) menyatakan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa

hanya mencantumkan merek atau informasi.

Menurut Kotler, fungsi label adalah:

1. Label mengidentifikasi produk atau merek
2. Label menentukan kelas produk
3. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman)
4. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Secara umum label label dapat didefinisikan atas beberapa bagian, yaitu :

1. Brand label adalah label yang semata-mata sebagai brand. Misalnya pada kain atau tekstil, kita dapat mencari tulisan berbunyi: “sanforized, berkolin,tetoron”, dan sebagainya. Nama-nama tersebut digunakan oleh semua perusahaan yang memproduksinya. Selain brand label ini, masing-masing perusahaan juga mencantumkan merk yang dimilikinya pada tekstil yang diproduksi.
2. Grade label adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau kata-kata.
3. Label Descriptif (Descriptive Label) adalah merupakan informasi obyektif tentang penggunaan, konstruksi, pemeliharaan penampilan dan ciri-ciri lain dari produk.

Selain ada beberapa definisi dari label tersebut ada pula tujuan dari pelabela, yaitu:

1. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
2. Berfungsi sebagai 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. Mengingat label adalah alat penyampai informasi, sudah selayaknya informasi yang termuat pada label adalah sebenar-benarnya dan tidak menyesatkan.

Hanya saja, mengingat label juga berfungsi sebagai iklan, disamping sudah menjadi sifat manusia untuk mudah jatuh dalam kekhilafan dengan berbuat “kecurangan” baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, maka perlu dibuat rambu-rambu yang mengatur. Dengan adanya rambu-rambu ini diharapkan fungsi label dalam memberi “rasa aman” pada konsumen dapat tercapai.

Dimana rambu-rambu mengenai label antara lain ada dalam undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menetapkan tujuan untuk melindungi kepentingan konsumen dari dampak buruk pemakaian barang dan/atau jasa. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang:

1. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
2. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
3. tidak sesuai dengan ukuran takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
4. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan atau jasa tersebut;

5. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan komposisi, proses pengolahan, gaya, model atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan atau jasa tersebut;
6. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan iklan atau promosi penjualan barang dan atau jasa tersebut;
7. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
8. tidak mengikuti ketentuan berproduksi.
9. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
10. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Larangan-larangan tersebut dimaksudkan untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.

Jika suatu perusahaan sudah menentukan strategi labelnya, ia akan menghadapi tugas untuk memilih label tertentu. Perusahaan dapat memilih nama seseorang, tempat, mutu, gaya hidup, atau nama buatan. Mutu yang diinginkan dari suatu label diantaranya adalah :

1. Harus menyatakan sesuatu tentang manfaat produk
2. Harus menyatakan mutu produk seperti tindakan atau warna
3. Harus mudah diucapkan, dikenal,

- dan diingat
4. Harus berbeda
5. Tidak boleh memiliki makna yang buruk di negara dan bahasa lain

Pengaturan label halal di Indonesia, memiliki dua hal yang saling terkait, yaitu sertifikasi dan labelisasi. Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh LP POM MUI. Sertifikasi halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (Badan POM). Karena keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat indonesia yang mayoritas memeluk agama islam, pemerintah mengatur mengenai label produk halal melalui UU no. 7 tahun 1996 tentang pangan (“uu 7/1996”) dan PP no. 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan (“pp 69/1999”). Pasal 30 UU 7/1996 menyebutkan bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. Dan label tersebut setidaknya harus mencantumkan keterangan halal.

Selanjutnya, lebih spesifik diatur dalam pasal 10 PP 69/1999 mengenai kewajiban produsen produk pangan untuk mencantumkan label halal pada makanan yang dikemas.

Pencantuman label pada barang baru dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan dengan Peraturan Menteri Perdagangan No.62/M-DAG/PER/12/2009 tentang Kewajiban Pencantuman Label Pada Barang (Permendag No. 62/M-DAG/PER/12/2009). Sedangkan pengaturan mengenai label pangan diatur dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan (UU Pangan). Bagi setiap orang yang memproduksi atau

memasukan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan, wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan, yang sekurang-kurangnya memuat:

1. nama produk; 2. daftar bahan yang digunakan; 3. berat bersih atau isi bersih; 4. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan pangan ke dalam wilayah Indonesia; 5. keterangan tentang halal; 6. tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

Pengaturan pelaksana dari UU Pangan yang mengatur lebih lanjut dan terperinci mengenai pelabelan termuat di dalam Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (PP Label dan Iklan Pangan). Dalam PP tersebut diatur mengenai persyaratan label yang harus berisikan keterangan sekurang-kurangnya: 1. Nama produk; 2. Daftar bahan yang digunakan; 3. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan pangan ke wilayah Indonesia; 4. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

Ketentuan ini berlaku mengikat tidak hanya terhadap pangan yang diproduksi di dalam negeri, namun berlaku juga terhadap pangan yang dimasukkan kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan. Atas dasar pengaturan dalam UU Pangan dan PP Label dan Iklan Pangan inilah Pemerintah membuat ketentuan mengatur mengenai label yang mulai diberlakukan sejak tanggal 21 Juli 1999.

Landasan dari kegiatan ini adalah permasalahan mitra mengenai label produk dalam kemasan produk KUBE dengan menggunakan bahasa Inggris. Jadi, pelatihan ini berfokus pada Pelatihan Penggunaan Bahasa Inggris dalam pembuatan label produk di kelompok usaha bersama gang hijau, kedaton, Bandar Lampung.

## **Permasalahan Mitra**

Dari analisis situasi dan teori diatas maka didapati permasalahan mitra yaitu sebagai berikut:

1. Kesulitan dalam menerjemahkan dalam Bahasa Inggris dikarenakan factor sumber daya manusia yang belum mumpuni. Karena sebagian pekerja adalah ibu-ibu rumah tangga yang mengisi waktu luang.
2. Ingin menciptakan lapangan kerja bagi warga sekitar yang menganggur.
3. Ingin meningkatkan pendapatan bagi warga sekitar khususnya ibu-ibu rumah tangga tersebut.
4. Meningkatkan sumber daya manusia dibidang Bahasa Inggris.
5. Meningkatkan kualitas dan hasil penjualan dari produk-produk yang terjual dari produk KUBE.

## **Solusi Permasalahan**

Dari permasalahan mitra yang dihadapi dan dipaparkan diatas makan kami sebagai tim pengabdian masyarakat memberikan solusi yaitu penggunaan Bahasa Inggris dalam pembuatan label produk untuk produk-produk dari kelompok usaha bersama KUBE yang ada di wilayah kelurahan Kedaton, Bandar Lampung.

## **Target Luaran**

Luaran yang ditargetkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah adanya peningkatan pemahaman warga sekitar KUBE gang hijau bahwa dengan menggunakan label produk Bahasa Inggris akan lebih memudahkan dalam pemasaran produk. Luaran tersebut dapat dilihat dari hasil penjualan yang meningkat dan kemasaran produk yang makin dikenal masyarakat. Selain itu, luaran pengabdian ini juga berupa publikasi pelaksanaan kegiatan pengabdian pada jurnal Adiguna dengan menampilkan foto dan ringkasan kegiatan yang diadakan.

## **METODE**

Kegiatan Pengabdian ini memiliki keterkaitan dengan rincian persiapannya sebagai berikut. Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebelum melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, yaitu:

1. Melakukan identifikasi masalah tentang materi pembelajaran Bahasa Inggris dalam bidang ekonomi.
2. Mengagendakan untuk perijinan dengan pihak mitra. Dalam hal ini adalah kelompok usaha bersama (KUBE) Gang Hijau Kedaton.
3. Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian bersama-sama tim pelaksana.
4. Mengirim surat kesediaan dari pihak mitra untuk mengikuti pelatihan.
5. Kesepakatan antara mitra tentang pelaksanaan kegiatan yaitu tanggal 30 Oktober 2021.
6. Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan seperti handout, proyektor, produk KUBE, pena dll.
7. Menyiapkan tempat yang akan dipakai sebagai pelaksanaan kegiatan.
8. Tanggal 28 Oktober 2021 melakukan pengecekan terkait kesiapan tempat dan peralatan yang akan digunakan dalam kegiatan.

## **Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.**

Pada hari Sabtu 30 Oktober 2021, kegiatan pelatihan dimulai dari pukul 09.00 hingga 15.00 dengan susunan acara:

1. Peserta menempati tempat yg disediakan.
2. Pembukaan pelatihan oleh penanggung jawab bapak Suheriyanto, S.E. dan Ketua Pengabdian Kepada Masyarakat Eva Nurchurifiani, S.Pd., M.Pd.

3. Penyampaian Materi yang disampaikan Oleh Eva Nurchurifiani S.Pd., M.Pd, Sri Wahyuningsih, S.Pd., M.Pd. dan Sari Narulita, S.Si., M.M. Dalam kegiatan ini dibantu oleh dua mahasiswa prodi pendidikan Bahasa Inggris, yaitu Fransiska Natasya dan Adelia Hutahuruk. Mereka sebagai asisten dalam membantu kelancaran kegiatan ini.
4. Penyampaian materi dan penerapan praktik pembuatan label produk dilakukan diruang terbuka milik KUBE dan setiap peserta mendapatkan handout materi pelatihan dan alat tulis.
5. Setelah praktik dalam beberapa produk maka diakhiri dan ditutup oleh penanggung jawab KUBE.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, maka tim pengabdian memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Meningkatnya pemahaman tentang Bahasa Inggris.
2. Warga/pekerja yang bekerja di KUBE mendapatkan tambahan ilmu.
3. Meningkatkan hasil penjualan dari produk KUBE.
4. Hal ini memotivasi pekerja dalam mengembangkan Bahasa Inggris.
5. Tim pengabdian mendapati gairah antusias yang bergelora dari para pekerja.

Evaluasi keberhasilan kegiatan ini dilakukan setelah kegiatan selesai. Indikator keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari respon positif peserta berdasarkan sikap peserta saat mengikuti pelatihan penggunaan label produk dalam bahasa Inggris dan para pekerja dapat menerapkan metode tersebut dengan tahapan-tahapan yang sesuai dalam kelas latihan. Keberhasilan tersebut dapat dilihat dari hasil kuesioner yang telah

diberikan kepada pekerja sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan dilaksanakan. Evaluasi meliputi evaluasi proses dan hasil. Evaluasi dilakukan pada setiap tahap pelaksanaan kegiatan. Evaluasi ini meliputi evaluasi pada semua tahap yaitu mulai dari tahap persiapan sampai dengan tahap pelaksanaan kegiatan. Tahap evaluasi ini dilanjutkan dengan kegiatan penyusunan laporan dan mempublikasikan artikel kegiatan ini dalam sebuah jurnal pengabdian kepada masyarakat.

### **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini disambut dengan baik oleh para peserta. Sebagai hasil dari kegiatan ini, para peserta memperoleh pemahaman mengenai label produk dan macam-macamnya.

Kegiatan ini memberikan hasil:

1. Meningkatnya Pemahaman pekerja/warga tentang penggunaan label produk sebagai metode peningkatan hasil penjualan.
2. Meningkatnya motivasi warga dan untuk lebih mengembangkan potensi dan pengetahuan tentang label produk.
3. Dapat meningkatkan kualitas dari produk KUBE itu sendiri sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas.
4. Menciptakan lapangan kerja bagi warga sekitar yang terdampak covid-19.
5. Menambah wawasan dalam bidang Bahasa Inggris.

Berdasarkan hasil kuesioner diakhir kegiatan ini didapati beberapa saran yang dapat dikembangkan oleh tim kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu sebagai berikut

1. Adanya kegiatan lanjutan di mana dalam kegiatan tersebut mengevaluasi sampai dengan peningkatan hasil penjualan yang dapat terus terukur.

2. Mengadakan pelatihan-pelatihan lain untuk meningkatkan kualitas produk sehingga warga/pekerja makin bertambah pengetahuan dan informasinya.
3. Tingkatkan lagi kerjasama dengan pihak lain agar terjalin hubungan dan relasi yang baik dan meningkat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alhadi, Fajri. (2021). <https://fajrialhadi.com/pentingnya-bahasa-inggris/>
- Angipora, Marinus. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Guswindari, Risky. (2021). <https://www.kompas.com/skola/read/2020/11/23/120000469/pengertian-label-dalam-bahasa-inggris-dan-contohnya>
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa\\_Inggris](https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa_Inggris)
- <https://repository.uinsuska.ac.id/7112/3/BAB%20II.pdf>
- <http://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/cl3808/node/lt4a0a533e31979/bagaimana-pengaturan-sertifikasi-halal-bagi-produk-makanan>
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. (2008) *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Philip Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.