

MEMAKSIMALKAN PERAN DAN FUNGSI BAHASA UNTUK PEMASARAN TELUR ASIN PADA KELOMPOK USAHA TELUR BEBEK

Rahmat
Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Teknik & Ilmu Komputer
Universitas Buana Perjuangan karawang
rahmat@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Di Desa Pasirkaliki, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang, terdapat Kelompok Usaha Telur Bebek. Namun, pemasaran produknya masih menggunakan cara tradisional, titip di warung. Padahal pada zaman yang teknologinya sudah canggih ini, banyak cara untuk memasarkan produk. Misalnya, melalui poster di media sosial.

Oleh sebab di atas, dilaksanakanlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Tim dari Program Studi Teknik Mesin kepada Kelompok Usaha Telur Bebek. Pada pengabdian ini tema yang disampaikan adalah "Memaksimalkan Peran dan Fungsi bahasa Indonesia untuk Pemasaran Telur Bebek". Adapun tujuan kegiatannya adalah sebagai berikut: (1) memberikan pelatihan dalam usaha pemasaran telur asin; (2) meningkatkan promosi usaha telur asin kelompok tani desa Pasirkaliki, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang; (3) mendukung program pemerintah daerah mewujudkan kemandirian desa melalui industri mikro.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan pada 5 Juni 2021 menghasilkan beberapa dampak dan manfaat kegiatan, yaitu: (1) menambah wawasan para peserta tentang fungsi dan peran bahasa untuk pemasaran telur asin; (2) kelompok usaha peternakan telur bebek dapat mengimplementasikan pengetahuannya dari kegiatan ini untuk memasarkan produknya melalui pembuatan merek dagang, menyampaikan visi-misi produknya melalui slogan, membuat papan iklan yang dapat menarik perhatian konsumen, dan membuat konten media sosial berupa gambar atau poster yang dapat menarik perhatian pengguna akun media sosial.

Kata kunci : Peran Bahasa, Fungsi Bahasa, Pemasaran

ABSTRACT

In Pasirkaliki Village, Rawamerta District, Karawang Regency, there is a Duck Egg Business Group. However, the marketing of their products is still using the traditional way, leaving them at the shop. Even though in this era of advanced technology, there are many ways to market products. For example, through posters on social media.

Because of the above, community service activities were carried out by the Team from the Mechanical Engineering Study Program to the Duck Egg Business Group. In this service, the theme presented was "Maximizing the Role and Function of Indonesian for Marketing of Duck Eggs". The objectives of the activities are as follows: (1) providing training in salted egg marketing business; (2) increasing the promotion of salted egg business for farmer groups in

Pasirkaliki Village, Rawamerta District, Karawang Regency; (3) support local government programs to realize village independence through micro-industry.

Community service activities held on June 5, 2021 resulted in several impacts and benefits of the activity, namely: (1) increasing the participants' knowledge about the function and role of language for marketing salted eggs; (2) duck egg farming business groups can implement their knowledge from this activity to market their products through creating trademarks, conveying their product visions and missions through slogans, making billboards that can attract consumers' attention, and creating social media content in the form of images or posters that can attract the attention of social media account users.

Keywords: *Role of Language, Function of Language, Marketing*

PENDAHULUAN

Secara tradisional, bahasa merupakan alat komunikasi. Namun, pada kenyataannya bahasa mempunyai banyak peran dan fungsi. Menurut Keraf (2001: 3-8) peran dan fungsi bahasa, yaitu: (1) alat utama untuk menyatakan ekspresi diri; (2) alat komunikasi; (3) alat mengadakan integrasi dan adaptasi sosial; (4) alat untuk kontrol sosial. Pendapat Keraf tersebut menunjukkan bahwa ada peran dan fungsi lain dari bahasa selain sebagai alat komunikasi.

Dalam kehidupan manusia, keberadaan bahasa dirasa sangat penting. Dengan bahasa, segala urusan manusia di dunia dapat berjalan dengan baik. Pun termasuk urusan bisnis atau niaga, khususnya bidang pemasaran, tentunya membutuhkan bahasa sebagai alat untuk mencapai tujuan pemasaran. Adapun tujuan pemasaran, yaitu dikenalnya produk oleh konsumen. Kemudian, tujuan utamanya adalah larisnya produk yang dipasarkan. Jika dikaitkan dengan pemasaran, pendapat Keraf mengenai peran dan fungsi bahasa dapat dijabarkan sebagai berikut.

Bahasa sebagai alat untuk menyatakan ekspresi diri dapat dimanfaatkan oleh para pelaku pemasaran dalam mengungkapkan atau mengutarakan maksud, dan gagasan terhadap sebuah produk yang akan dipasarkan. Pelaku pemasaran dapat menggunakan bahasa sebagai alat untuk mengekspresikan produk dalam bentuk yang nyata. Misalnya, dengan cara menawarkan produk gratis atau percobaan gratis kepada konsumen sehingga manfaat produk tersebut dapat dirasakan oleh konsumen.

Sebagai alat komunikasi bahasa dapat memperlancar jalannya proses pemasaran. Bahasa sebagai alat komunikasi akan memudahkan pelaku pemasaran dalam mengomunikasikan rencana dan tujuan yang akan disampaikan kepada khalayak ramai. Dengan adanya bahasa, pelaku pemasaran dapat memperkenalkan produk-produknya serta

menyelipkan jargon-jargon yang dapat menarik konsumen untuk lebih mengenal produk tersebut.

Bahasa sebagai alat integrasi adalah sebuah sistem yang mengalami perbauran hingga menjadi satu kesatuan yang utuh. Sedangkan bahasa sebagai alat adaptasi sosial adalah kemampuan berubah atau diubah untuk menyesuaikan diri dengan keadaan. Pada saat beradaptasi kepada lingkungan sosial tertentu, kita akan memilih bahasa yang akan digunakan tergantung pada situasi dan kondisi yang akan dihadapi. Sebagai contoh, seorang pelaku pemasaran dalam mempromosikan produknya hanya melakukan promosi dari rumah ke rumah. Dengan adanya peran bahasa sebagai alat integrasi dan adaptasi sosial, pemikiran pelaku pemasaran berubah dan terbuka serta menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Pelaku pemasaran kemudian mengubah cara pandang memasarkan produk dengan mengikuti perkembangan zaman, yaitu dengan cara menggunakan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, *telegram*, dan *youtube*.

Sebagai alat mengadakan kontrol sosial, bahasa merupakan alat yang digunakan dalam usaha memengaruhi tingkah laku dan tindak tanduk orang lain. Bahasa juga mempunyai relasi dengan proses sosialisasi masyarakat yang sangat efektif. Salah satu contoh penggunaan bahasa sebagai alat kontrol sosial adalah iklan. Dalam penggunaan promosi atau iklan, bahasa sangat berperan penting. Hal ini dapat terlihat dalam memasarkan, menjual atau menawarkan barang atau jasa kepada konsumen. Semua itu harus ditunjang dengan bahasa yang baik, benar serta menarik.

Pada tulisan ini, produk yang akan dipasarkan adalah telur asin. Telur asin merupakan makanan dari olahan telur yang diasinkan. Telur yang biasa digunakan untuk pembuatan telur asin adalah telur bebek. Tujuan dari pembuatan telur asin adalah untuk memperpanjang masa simpan, menambah citarasa, dan mengurangi bau amis.

Dengan memaksimalkan peran dan fungsi bahasa dalam pemasaran telur asin diharapkan bisa meningkatkan penjualan telur asin pada kelompok usaha telur bebek di desa Pasirkaliki, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang. Selain itu, diharapkan semangat dan motivasi masyarakat dapat terpacu sehingga akan muncul unit-unit bisnis/ usaha yang baru dan dapat memberdayakan masyarakat setempat yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat.

Di sisi lain, lembaga Pendidikan Tinggi/ Universitas harus selalu menjunjung tinggi dan melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang salah satunya adalah kegiatan

Pengabdian Kepada Masyarakat. Oleh karena itu, dalam rangka kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dan mempertimbangkan pentingnya pembekalan dan pelatihan mengenai kewirausahaan kepada masyarakat, Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Buana Perjuangan Karawang bermaksud akan mengadakan pelatihan wirausaha melalui kegiatan “Pendampingan Kelompok Usaha Telur Bebek” bagi anggota masyarakat desa Pasirkaliki, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut: (1) memberikan pelatihan dalam usaha pemasaran telur asin; (2) meningkatkan promosi usaha telur asin kelompok tani desa Pasirkaliki, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang; (3) mendukung program pemerintah daerah mewujudkan kemandirian desa melalui industri mikro.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini minimalnya akan menggunakan 2 (dua) metode berikut.

1. Metode Ceramah

Metode ceramah adalah metode pembelajaran berupa penyampaian paparan materi dari pemateri/instruktur dan peserta sebagai pendengarnya.

2. Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik di saat menerima penjelasan materi ataupun saat sesi praktek. Metode ini memungkinkan peserta menggali pengetahuan sebanyak-banyaknya tentang hal-hal lain yang mungkin berhubungan dengan pelatihan tetapi tidak tersampaikan oleh pemateri. Pertanyaan juga bisa diajukan dari pemateri kepada para peserta sebagai bentuk evaluasi terhadap tingkat pemahaman peserta.

Tahapan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri atas dua, yaitu persiapan dan pelaksanaan.

1. Persiapan

Tahap Persiapan yang akan dilakukan sebagai berikut.

1.1 Survei

Tahap ini merupakan tahap paling awal yang dilakukan, tim pelaksana mengunjungi tempat sasaran dan berdialog langsung dengan kepala desa dan perwakilan masyarakat desa karyabakti. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui dan memahami kondisi daerah yang akan dijadikan sasaran kegiatan dan juga sebagai pendekatan tim terhadap warga.

1.2 Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran

Tahap ini dilakukan dengan cara berkunjung kembali ke tempat sasaran guna menyampaikan dan mensosialisasikan rencana kegiatan yang akan dilakukan serta melakukan pendaftaran terhadap peserta yang akan mengikuti pelatihan.

1.3 Penyusunan bahan/materi

Tahap ini meliputi penyusunan materi dan presentasi power point yang akan disampaikan.

1.4 Persiapan peralatan dan alat peraga

Tahap ini memastikan bahwa peralatan pendukung seperti LCD, *sound system*, spidol, *white board*, dan juga alat peraga untuk keperluan praktek seperti peralatan mekanik, alat pengasapan telur asin yang akan dijadikan peraga praktek ketika pelaksanaan pelatihan.

2. Pelaksanaan kegiatan

Tahap pelaksanaan pelatihan dibagi dalam 2 (dua) sesi, yaitu sebagai berikut.

2.1 Sesi pertama

Pada sesi ini akan diberikan penjelasan secara teoretis tentang peran dan fungsi bahasa Indonesia untuk pemasaran telur asin.

2.2 Sesi kedua

Pada sesi kedua ini peserta pelatihan akan diajak berdialog guna pemahaman lebih mendalam tentang materi yang telah diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik, tanpa menemui kendala dan hambatan. Masyarakat Desa Pasirkaliki sangat antusias terhadap kegiatan ini. Tercatat lebih dari 20 orang hadir dalam kegiatan ini.

Gambar 1. Peserta Kegiatan Fokus Menyimak Pelatihan



Penyaji materi memberikan materi mengenai peran dan fungsi bahasa untuk pemasaran produk. Peserta yang notabennya merupakan kelompok usaha yang biasa menitipkan produknya ke warung-warung sekitar merasa mendapatkan pengetahuan baru melalui kegiatan ini.

Gambar 2. Pemaparan Materi oleh Penyaji



Materi yang disajikan mencakup (1) peran dan fungsi bahasa; (2) pentingnya peran bahasa dalam pemasaran; (3) memperkenalkan produk melalui merek, slogan, papan iklan, dan gambar/ poster di media sosial; (4) keunikan merek tertentu yang menjadi nama barang, seperti Aqua untuk air mineral kemasan; (5) slogan yang mudah diingat menggambarkan visi-misi perusahaan, seperti Indomie seleraiku; (6) papan iklan yang unik membuat alam bawah sadar seseorang melihat iklan tersebut; (7) dan efektivitas dan efisiensi medsos dalam pemasaran produk pada era digital.

Gambar 3. Materi yang Diberikan kepada Peserta Kegiatan



Setelah penyaji memberikan materi, kelompok usaha telur bebek langsung mempraktikkan pembuatan merek telur asin produksinya. Mahasiswa pun turut andil dalam membantu pengoperasian aplikasi untuk mendesain di komputer. Hasilnya, peserta menamakan produknya telur asin asap UBP. UBP merupakan singkatan dari Universitas Buana Perjuangan. Nama tersebut digunakan sebagai bentuk penghargaan terhadap penyelenggara yang telah berkenan memberikan pelatihan untuk memajukan UMKM Kelompok Usaha Telur Bebek Desa Pasirkaliki.

Gambar 4. Produk UMKM



Dengan selesainya kegiatan ini diharapkan bertambahnya wawasan terhadap para peserta kegiatan. Dengan demikian kualitas SDM pelaku UMKM, khususnya Kelompok Usaha Telur Bebek Desa Pasirkaliki semakin meningkat. Tujuannya, tentu saja variasi pemasaran dengan memaksimalkan peran dan fungsi bahasa dapat meningkatkan nilai jual serta pendapatan pelaku UMKM. Bahkan bisa saja membuka peluang lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah diselenggarakan pada 5 Juni 2021 menghasilkan kesimpulan berupa dampak dan manfaat kegiatan. Dampak dan manfaatnya sebagai berikut.

1. Menambah wawasan para peserta tentang peran bahasa, utamanya bahasa Indonesia untuk pemasaran telur asin.
2. Menambah wawasan para peserta tentang fungsi bahasa, utamanya bahasa Indonesia untuk pemasaran telur asin.
3. Kelompok usaha peternakan telur bebek dapat mengimplementasikan pengetahuannya dari kegiatan ini untuk memasarkan produknya melalui pembuatan merek dagang.
4. Kelompok usaha peternakan telur bebek dapat mengimplementasikan pengetahuannya dari kegiatan ini untuk menyampaikan visi-misi produknya melalui slogan.
5. Kelompok usaha peternakan telur bebek dapat mengimplementasikan pengetahuannya dari kegiatan ini untuk membuat papan iklan yang dapat menarik perhatian konsumen.
6. Kelompok usaha peternakan telur bebek dapat mengimplementasikan pengetahuannya dari kegiatan ini untuk membuat konten media sosial berupa gambar atau poster yang dapat menarik perhatian pengguna akun media sosial.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya diharapkan dapat dilakukan pada kelompok UMKM lainnya di Kabupaten Karawang. Tujuannya tentu saja untuk peningkatan ekonomi masyarakat menengah ke bawah. Selain itu, diharapkan pula bidang-bidang lainnya dapat diintegrasikan pada satu tema kegiatan pengabdian kepada masyarakat agar kemandirian desa melalui industri mikro dapat terwujud.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hanum, Fauziah. 2014. *Peran dan Fungsi Bahasa Indonesia dalam Manajemen Pemasaran*. Jurnal Ecobisma Vol 1 No. 1. Universitas Labuhanbatu. <http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/view/1397>. Dilihat pada 20 Mei 2021 pukul 05.00 WIB.
- Hasan, Alwi dan Dendy Sugono. 2008. *Politik Bahasa*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Keraf, Gorys. 1979. *Tata Bahasa Bahasa Indonesia*. Ende: Nusa Indah.
- Sugono, Dendy. 2014. *Peran dan Kekuatan Bahasa Indonesia dalam Industri Kreatif Kebahasaan*. Jakarta: Badan Bahasa.
- Sukirno, Sadana. 2011. *Pengantar Bisnis(ed.1)*. Jakarta: Gramedia.