



PELATIHAN DAN PRAKTIK PEMBUATAN VLOG BISNIS BERBAHASA INGGRIS UNTUK MENDUKUNG PROMOSI PRODUK UMKM PASCA COVID-19 DI MALANG

Ririn Pratiwi Suharto^{1,*)} dan Dhony Manggala Putra²

¹⁾Politeknik Negeri Malang

Jl. Soekarno Hatta No. 9 Jatimulyo, Kota Malang 65141, Jawa Timur, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jember

Jl. Mastrip, Jember 68121, Jawa Timur, Indonesia

^{*}) E-mail korespondensi: ririnpratiwi@polinema.ac.id

Info Artikel: Abstract

Dikirim:

[27 Oktober 2024](#)

Revisi:

[29 Mei 2024](#)

Diterima:

[30 Mei 2024](#)

Kata Kunci:

[Bahasa Inggris](#),
[Vlog Bisnis](#),
[Promosi Produk](#),
[UMKM](#)

There are two MSME business owners in the Malang area, namely Mustika Jamur and Sari Kedelai Alfi who need a solution to increase their sales after the pandemic. The solution to help two MSME business owners is the idea of training activities and the practice of making business vlogs in English. This activity held at Mustika Jamur and Sari Kedelai Alfi in Malang. Location selection is based on MSME products operating in the food and/or beverage sector in the Malang area. There are four stages of activities that have been carried out, including (1) providing knowledge about the meaning and concept of business vlogs, (2) providing knowledge about techniques for making business vlogs, (3) preparing a script for making business vlogs in English, and (4) practice making business vlogs in English. The results of this community service activity have had a good impact on the selected MSMEs. They are able to create vlogs which are used as promotional media material for MSMEs to increase sales. Vlogs made in English are also expected to attract consumers from abroad.

Abstrak

Terdapat dua pelaku UMKM di wilayah Malang yaitu Mustika Jamur dan Sari Kedelai Alfi yang memerlukan solusi untuk meningkatkan penjualan mereka setelah terjadinya pandemi. Solusi untuk membantu dua pemilik usaha UMKM yaitu ide kegiatan pelatihan dan praktik pembuatan vlog bisnis berbahasa Inggris. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di tempat usaha Mustika Jamur dan Sari Kedelai Alfi yang berada di Malang. Pemilihan lokasi didasarkan pada produk UMKM yang bergerak di bidang makanan dan atau minuman yang berada di wilayah Malang. Beberapa tahapan kegiatan yang sudah dilakukan ada empat tahapan, meliputi (1) memberikan pengetahuan tentang pengertian dan konsep vlog bisnis, (2) memberikan pengetahuan tentang teknik-teknik pembuatan vlog bisnis, (3) menyusun naskah untuk pembuatan vlog bisnis berbahasa Inggris, dan (4) praktik membuat vlog bisnis berbahasa Inggris. Hasil Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah memberikan dampak yang baik untuk pelaku UMKM yang dipilih. Mereka mampu membuat vlog yang digunakan untuk bahan media promosi UMKM guna meningkatkan penjualan. Vlog yang dibuat dalam bahasa Inggris juga diharapkan untuk mendatangkan konsumen dari luar.

PENDAHULUAN

Bisnis UMKM yang ada di Indonesia sangat banyak dijumpai. Bisnis UMKM dijalankan untuk mendukung ekonomi masyarakat Indonesia [1-5]. Masyarakat sangat kreatif untuk memproduksi produk UMKM. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya produk UMKM mulai dari UMKM jenis makanan, minuman, pakaian, dan masih banyak lainnya [6,7]

Perkembangan UMKM yang sangat pesat mendorong pemerintah untuk melakukan perbaikan-perbaikan administratif UMKM. Hal itu didukung penuh oleh pelaku UMKM. Mereka sangat antusias mengikuti kegiatan tersebut seperti mengikuti kegiatan pelatihan pengembangan produk dan pemasaran UMKM. Semua upaya tersebut dilakukan untuk menumbuhkan minat pelaku UMKM membesarkan usaha mereka guna mendukung perekonomian masyarakat yang akan semakin meningkat.

Vlog sering digunakan oleh masyarakat untuk mempromosikan produk mereka. Banyak juga yang menggunakan vlog sebagai bentuk tugas seperti pembelajaran di kelas bagi mahasiswa [8-10]. Vlog merupakan media yang cocok untuk bisnis penjualan [11-14]. Vlog biasanya diupload di YouTube [15,16]. Selain vlog digunakan menjadi media promosi, vlog juga menjadi media untuk memberikan testimoni bagi pelanggan yang sudah membeli suatu produk. Semua orang juga bisa membuat vlog sebab pembuatan vlog sangat sederhana. Akan tetapi, ada beberapa teknik yang dilakukan dalam membuat vlog agar vlog yang dibuat menarik minat masyarakat untuk membeli produk UMKM yang ditampilkan. Dengan demikian, vlog menjadi media yang sangat tepat untuk mempromosikan produk UMKM.

Usaha Bisnis, khususnya UMKM mengalami penurunan yang sangat drastis ketika pandemi COVID-19 melanda di Indonesia. Para pelaku bisnis mendapatkan dampak yang luar biasa dari terjadinya peristiwa wabah tersebut. Banyak usaha bisnis yang gulung tikar akibat terputusnya siklus perekonomian nusantara. Terdapat dua pelaku UMKM di wilayah Malang yaitu Mustika Jamur dan Sari Kedelai Alfi yang memerlukan solusi untuk meningkatkan penjualan mereka setelah terjadinya pandemi. Peningkatan penjualan perlu dilakukan untuk mempertahankan UMKM yang telah mereka geluti selama ini.

Salah satu solusi untuk membantu dua pemilik usaha UMKM yaitu ide kegiatan pelatihan dan praktik pembuatan vlog bisnis berbahasa Inggris. Kegiatan tersebut menjadi solusi untuk membantu pemilik UMKM mempromosikan produk mereka. Urgensi kegiatan pengabdian ini sangat penting dilakukan untuk meningkatkan nilai penjualan. Penggunaan vlog berbahasa Inggris dilakukan agar menarik minat pembeli tidak hanya dari dalam negeri, tetapi juga dari luar negeri.

METODE PELAKSANAAN

Rancangan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan beberapa tahapan, antara lain:

- 1) memberikan pengetahuan tentang pengertian dan konsep vlog bisnis;
- 2) memberikan pengetahuan tentang teknik-teknik pembuatan vlog bisnis;
- 3) menyusun naskah untuk pembuatan vlog bisnis berbahasa Inggris;
- 4) praktik membuat vlog bisnis berbahasa Inggris.

Bentuk kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan praktik membuat vlog berbahasa Inggris. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Juli 2023 dengan intensitas tatap muka sebanyak 4 kali.

Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh pemilik dan beberapa karyawan di Mustika Jamur dan Sari Kedelai Alfi. Lokasi pelaksanaan kegiatan ini yaitu di tempat usaha Mustika Jamur dan Sari Kedelai Alfi yang berada di Malang. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada kriteria produk UMKM berjenis makanan dan minuman yang mengalami penurunan omset penjualan saat dan setelah pandemi COVID-19 terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di tempat usaha Mustika Jamur dan Sari Kedelai Alfi yang berada di Malang. Pemilihan lokasi didasarkan pada produk UMKM yang bergerak di bidang makanan dan atau minuman yang berada di wilayah Malang. Beberapa tahapan kegiatan yang sudah dilakukan ada empat tahapan, meliputi (1) memberikan pengetahuan tentang pengertian dan konsep vlog bisnis, (2) memberikan pengetahuan tentang teknik-teknik pembuatan vlog bisnis, (3) menyusun naskah untuk pembuatan vlog bisnis berbahasa Inggris, dan (4) praktik membuat vlog bisnis berbahasa Inggris.

Kegiatan tahap pertama yaitu memberikan pengetahuan tentang pengertian dan konsep vlog bisnis. Hasil kegiatan pada tahap ini yaitu peserta pelatihan mendapatkan pengetahuan

tentang definisi vlog, kelebihan dan kekurangan vlog, dan tujuan pembuatan vlog. Peserta juga aktif bertanya dan berdiskusi terkait materi pelatihan yang diberikan. Setelah kegiatan pemberian materi selesai, tim pengabdi memberikan beberapa pertanyaan kepada peserta untuk mengecek pemahaman mereka tentang materi yang telah disampaikan. Peserta mampu menjawab pertanyaan dengan sangat baik.

Selanjutnya, kegiatan tahap kedua yaitu memberikan pengetahuan tentang teknik-teknik pembuatan vlog bisnis. Hasil kegiatan pada tahapan ini seperti pada Gambar 1 yaitu peserta pelatihan diberikan pengetahuan tentang teknik-teknik dalam membuat vlog. Materi dipaparkan terlebih dahulu, lalu dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Tim pengabdi juga memberikan tips untuk membuat vlog yang menarik agar mampu ditonton banyak orang. Peserta pelatihan menunjukkan minat yang tinggi untuk membuat vlog ditandai dengan peralatan pembuatan vlog yang sudah mereka siapkan dari rumah sebelum datang ke tempat pelatihan.



Gambar 1. Contoh terkait teknik *editing* pembuatan vlog

Kemudian, tahap ketiga yaitu menyusun naskah untuk pembuatan vlog berbahasa Inggris. Hasil kegiatan pada tahapan ini yaitu peserta membuat naskah berbahasa Indonesia untuk diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris. Kegiatan membuat vlog pada dasarnya yaitu dilakukan secara otodidak, akan tetapi peserta pelatihan belum memiliki banyak pengetahuan tentang kosakata Bahasa Inggris. Dengan demikian. Dengan demikian, peserta lebih dahulu membuat teks berbahasa Indonesia, lalu diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dibantu oleh tim pengabdian. Cara tersebut efektif dilakukan dikarenakan peserta pelatihan juga belajar memahami kosakata baru dalam Bahasa Inggris.

Setelah itu, tahapan akhir kegiatan yaitu praktik membuat vlog bisnis berbahasa Inggris. Hasil kegiatan ini seperti pada Gambar 2 dan Gambar 3 yaitu beberapa hasil vlog yang ditampilkan menggunakan Bahasa Inggris. Pengambilan vlog dilakukan beberapa kali sebab mengalami kendala dalam komunikasi berbahasa Inggris. Peserta tetep bersemangat membuat vlog walaupun terdapat kendala tersebut. Pada akhirnya, mereka dapat menyelesaikan pembuatan vlog dengan baik.



Gambar 2. Hasil Vlog promosi produk UMKM



Gambar 3. Hasil Vlog promosi produk UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah memberikan dampak yang baik untuk pelaku UMKM yang dipilih. Mereka mampu membuat vlog yang digunakan untuk bahan media promosi UMKM guna meningkatkan penjualan. Vlog yang dibuat dalam bahasa Inggris juga diharapkan untuk mendatangkan konsumen dari luar. Selain itu, mereka dapat mempraktikkan membuat vlog secara mandiri setelah kegiatan pengabdian dilakukan. Tujuannya agar mereka konsisten untuk mempromosikan produk mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada pemilik Mustika Jamur dan Sari Kedelai Alfi, serta seluruh pihak yang mendukung kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. R. Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 10, no. 1, pp. 9–14, 2019.
- [2] S. Herdiyani, S. B. Cecep, L. Auliana, dan I. Sukoco, "Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 18, no. 2, pp. 103–121, 2022. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- [3] P. K. P. Larasati, K. D. Kartika, A. S. Rahayu, P. Khairunisa, dan I. N. L. Julianto, "Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital," *SANDI: Seminar Nasional Desain*, vol. 1, pp. 1–8, 2021.
- [4] S. Santosa, dan T. C. Tumanggor, "Pengaruh Digital Marketing terhadap Brand Image Aplikasi POS AJA," *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, vol. 13, no. 1, pp. 77–86, 2023.
- [5] A. C. Wahyuningtyas, "Berbisnis Online Melalui Media Sosial," *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, vol. 7, no. 2, pp. 96–102, 2019. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v7i2.18197>
- [6] R. Gunawan, R. Malfiany, dan H. Y. Pane, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok Uus dengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis," *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, vol. 14, no. 1, pp. 25–36, 2021.
- [7] M. Sholeh, M. Andika, A. M. Fauzi, dan Bismin, "Pengembangan Konten Video Promosi UKM Sebagai Upaya Promosi Melalui Media Sosial," *Gaung Informatika*, vol. 14, no. 1, pp. 1–12, 2021.
- [8] D. M. Putra, dan R. P. Suharto, "Pembuatan Vlog Bisnis oleh Mahasiswa Bahasa Inggris sebagai Model Pembelajaran Online Mata Kuliah Speaking," *Jurnal Terapan Pendidikan Dasar Dan Menengah*, vol. 2, no. 4, pp. 712–719, 2022.
- [9] Zubaidi, R. P. Suharto, dan F. Maulidiyah, "Improving Students' Creative Writing Skill through Project Based Learning Using Wattpad as Learning Media Technology," *BRILIANT: Jurnal Riset Dan Konseptual*, vol. 8, no. 1, pp. 94–110, 2023. <https://doi.org/10.28926/briliant.v7i4>
- [10] Zubaidi, R. P. Suharto, dan E. L. Rahayu, "Improving Students' Speaking Skill through Students Vlog Project as PBL Output on Online Speaking Class," *BRILIANT: Jurnal Riset Dan Konseptual*, vol. 6, no. 4, pp. 764–774, 2021. <https://doi.org/10.28926/briliant>
- [11] J. N. Mahameruaji, L. Puspitasari, E. Rosfiantika, dan D. Rahmawan, "Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 15, no. 1, pp. 61–74, 2018.

- [12] D. D. Pamuji, E. Yulianto, dan A. Kusumawati, "Travel Vlog Dalam Menciptakan dan Mempromosikan Destination Image," *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, pp. 53–60, 2020. <https://profit.ub.ac.id>
- [13] D. Pertiwi, E. J. Hasibuan, dan A. Auza, "Pengaruh Konten Vlog akun Youtube Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Subscribers," *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, vol. 4, no. 1, pp. 34–43, 2022. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v4i1.1149>
- [14] S. Sugiono dan Irwamsyah, "Vlog sebagai Media Storytelling Digital bagi Tokoh Publik Pemerintahan," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, vol. 23, no. 2, pp. 115–134, 2019.
- [15] F. Hermawan, Analisis Minat Masyarakat Pengguna Platform YouTube Sebagai Media Komunikasi Digital Masa Kini," *Jurnal Manajemen*, vol. 14, no. 3, pp. 564–573, 2022. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i3.11565>
- [16] A. Ramadhyanti, "Strategi Pemasaran di YouTube Melalui Subsciber & Komentar dan Perspektif Persuader Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (JMI)*, vol. 10, no. 1, pp. 9–21, 2019.