

## Pelatihan Eling Siber Berbasis Ekoliterasi Untuk Promosi Produk Susu Kambing Kepada Pelaku Usaha Putra Galuh Farm Kota Banjar Jawa Barat

Dedeh Rohayati<sup>1\*</sup>, Ida Farida<sup>2</sup>, Agus Yuniawan Isyanto<sup>3</sup>, Tri Avanda Agistina<sup>1</sup>,  
Naldiya Arundita Purnama<sup>2</sup>, Daffa Haikal Farhani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Hukum, Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

\*Email: dedehrohayati2021@unigal.ac.id

(Diterima 29-10-2025; Disetujui 09-02-2026)

### ABSTRAK

Pelaku usaha Putra Galuh Farm, sebagai produsen susu kambing *merek* SEGAR mengalami kendala dalam memperluas pasar internasional karena keterbatasan kemampuan literasi Bahasa Inggris yang terintergrasi dengan literasi digital. Pelatihan *E-writing* Slogan Iklan Berbahasa Inggris (ELING SIBER) berbasis ekoliterasi menjadi solusi bagi pelaku usaha Putra Galuh Farm dalam menjawab tantangan pasar yang semakin kompetitif. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keberdayaan pelaku usaha industri rumah tangga Putra Galuh Farm meliputi pengetahuan dan keterampilan Eling Siber untuk pemasaran. Khususnya, kegiatan ini membantu kualitas pemasaran susu kambing *merek* SEGAR agar semakin meluas baik secara nasional maupun internasional. Kegiatan pelatihan ini melibatkan 10 anggota pelaku usaha industri rumah tangga Putra Galuh Farm yang dilaksanakan menggunakan metode penyuluhan dan *project-based learning*, serta instrument *pre-test* dan *post-test*. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa anggota pelaku usaha industri rumah tangga mengalami peningkatan pengetahuan dari 59% (*pre-test*) menjadi 67% (*post-test*). Secara kualitatif, anggota pelaku usaha mampu menulis berbasis elektronik menggunakan Canva, sebuah slogan iklan berbahasa Inggris (Eling Siber) untuk produk susu kambing SEGAR. Karya Eling Siber terbaik dipilih kemudian dikemas kembali menjadi slogan iklan berbahasa Inggris disertai desain *visual statis* yang menarik untuk promosi produk susu kambing SEGAR.

Kata kunci: ekoliterasi, *E-writing*, iklan, slogan

### ABSTRACT

*The lack ability of English literacy integrated with digital literacy has become an obstacle for Putra Galuh Farm, as an enterprise which produces goat milk, to market its product globally. The workshop under the name ELING SIBER, stands for E-writing Slogan Iklan Berbahasa Inggris (ELING SIBER) and on the basis of Eco literacy, provide Putra Galuh Farm the solution in encountering the market challenge which is getting competitive. The current community service aims at building the capacity of Putra Galuh Farm both knowledge and skill of Eling Siber for marketing. Mainly, this activity was to assist the marketing of goat milk, namely Segar, both regional and international. The activity involved 10 members of Putra Galuh Farm, as participants, using the method of extension and project-based learning, as well as the instruments of pre-test and post test. The result reveals that the participants had an increase of knowledge indicated by the score of pre-test (59%) and post-test (67%). Qualitatively, the participants are able to process an E-writing of English advertising slogan by using Canva for goat milk. The selected Eling Siber work is to revised in order to produce an interesting English advertising slogans with static visual to promote Segar goat milk.*

*Keywords: electronic-based writing, eco-literacy, advertising slogan*

### PENDAHULUAN

Putra Galuh Farm merupakan salah satu usahatani (Defra, 2010) sektor peternakan yang dikelola oleh satu keluarga petani di Kota Banjar dan sangat terkenal dengan produk susu kambingnya. Dalam pengelolaannya Putra Galuh Farm membentuk sebuah sistem manajemen industri rumah tangga yang terdiri dari: Owner 1 orang, Admin 1 orang, dan Petugas Lapangan 8 orang. Sektor peternakan ini telah menjadikan Putra Galuh Farm sebagai industri rumah tangga penghasil susu kambing merek SEGAR. Usaha ini dijalankan secara lengkap dari hulu ke hilir karena kandang peternakan kambing dan tempat proses pengolahan susu berada dalam satu area yang sama. Produk susu kambing tersebut terdiri dari 5 (lima) varian rasa: rasa coklat, rasa vanilla, rasa strawberry, rasa gula aren, dan rasa original atau tanpa perasa.

Proses pemasaran susu kambing ini dijual melalui metode *direct selling* dan *online selling*. Metode *direct selling* dilakukan secara kontinyu setiap hari Minggu di Waterpark Kota Banjar, acara Jumpahati di halaman Setda Kota Banjar setiap hari Jum'at, di beberapa toko-toko di sekitar Kota Banjar Jawa Barat dan *event-event* lokal lainnya. Sedangkan pemasaran secara online melalui marketplace Shopee dan media sosila lainnya, terutama WhatsApp dan Instagram. Hal ini sesuai temuan pada penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa platform media sosial di Indonesia yang paling populer digunakan per Januari 2023 berurutan dari Whartsapp (92,1%), Instagram (86,5%), Facebook (83,8%) (Akbar et al., 2023; Rahmat et al., 2023), Tiktok (70,8%), Telegram (64,3%) dan Twitter atau X (60,2%) (Lokollo, 2024; Salim et al., 2024).Sebelumnya, Putra Galuh Farm mampu menghasilkan susu kambing 30 liter/ hari. Namun dikarenakan suasana ekonomi yang tengah lesu, tahun 2025 terjadi reduksi produk susu kambing cair hingga hanya mencapai 4-10 liter / hari atau sesuai pesanan. Situasi ini mengakibatkan penurunan omzet susu kambing perah seperti terlihat dalam Tabel 1. Dengan demikian, selaras dengan pengabdian-pengabdian sebelumnya (Rahma et al., 2024; Uddin et al., 2025) satu permasalahan yang dihadapi Putra Galuh Farm berkaitan dengan pemasaran.

**Tabel 1 Jumlah produksi susu kambing di Putra Galuh Farm**

Tahun	Produksi susu (per hari)	Omzet per hari
2023	15 liter	Rp525.000
2024	30 liter	Rp1.050.000
2025	4 liter	Rp350.000

Putra Galuh Farm masih belum optimal dari aspek *brand imaging* karena Putra Galuh Farm belum memiliki slogan-slogan dan logo yang dapat menarik yang mampu mempertahankan konsumen setia. Penggunaan slogan bahasa Inggris dapat mejadi sarana untuk promosi global, meningkatkan kualitas produk, dan menambah nilai positif serta ekuitas *merek* (Abdi & Irandoust, 2013; Modrić, 2016; Rohayati, 2018; Wibowo & Kristina, 2018). Oleh karena itu, pelatihan ELING SIBER sangat tepat diberikan kepada kelompok industri rumah tangga Putra Galuh Farm, sebagai produsen susu kambing *merek* SEGAR.

Eling Siber sendiri merupakan singkatan dari *E-writing* slogan iklan berbahasa Inggris. Eling Siber merupakan model menulis kreatif dan inovatif untuk pemasaran yang dapat menjadi alternatif solusi untuk meningkatkan kualitas promosi, khususnya susu kambing *merek* Segar yang diproduksi oleh Putra Galuh Farm. Solusi ini didukung oleh pengabdian sebelumnya dalam rangka meningkatkan volume penjualan (Frastuti et al., 2025) untuk membangun kemandirian ekonomi (Vanni et al., 2025). Pengabdian ini juga didukung oleh riset dan pengabdian yang telah dilakukan oleh Tim pengabdian terkait pentingnya bahasa Inggris, dampak Eling Siber terhadap volume penjualan dan kualitas pemasaran destinasi wisata (Rohayati et al., 2022; Rohayati et al., 2023). Menurutny lagi, penggunaan bahasa Inggris dalam slogan dan narasi produk lokal secara signifikan meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk lokal di pasar global dan digital, khususnya untuk produk agroindustri. Slogan sendiri merupakan ungkapan, kata-kata persuasive yang dapat memengaruhi audiens/ pembaca (Mulyanah, 2013). Kegiatan pengabdian sebelumnya, Eling Siber dipasang pada media banner dan neon box (Rohayati et al., 2022; Rohayati et al., 2023).

Pada pengabdian kali ini, hasil dari Eling Siber dipasang dalam media stiker botol susu kambing *merek* SEGAR ukuran 1 liter dan 200 ml. Pada tahun 2022 dan 2023, inovasi hasil ELING SIBER ini berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli PAIS NILEM ENDOGAN dan menambah citra positif Objek Wisata Budaya Ciung Wanara (Rohayati et al., 2022; Rohayati et al., 2023) . Oleh karena itu, pelatihan Eling Siber ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Eling Siber sebagai model menulis kreatif dan inovatif untuk pemasaran susu kambing *merek* SEGAR.

## **BAHAN DAN METODE**

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan gabungan antara metode Project-Based Learning (PjBL) dan penyuluhan partisipatif (Holm, 2011; Van den Ban & Hawkins, 2002). Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa mitra sasaran, yaitu pelaku usaha industri rumah tangga Putra Galuh Farm di Kota Banjar, tidak hanya menerima materi secara teoritis melalui melalui penyuluhan, namun juga mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh

secara langsung dalam bentuk proyek nyata yang berorientasi pada hasil dan keberlanjutan usaha. Adapun tahapan implementasi metode PjBL dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Penentuan Permasalahan dan Tujuan Proyek

Tahap awal ini dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi partisipatif dengan pihak Putra Galuh Farm untuk mengidentifikasi permasalahan utama, yaitu turunnya produksi susu kambing akibat lesunya penjualan, belum optimalnya manajemen usaha, terbatasnya strategi promosi, serta lemahnya manajemen branding. Output dari tahap ini adalah pemetaan masalah dan kesepakatan tentang tujuan proyek, yaitu: 1) Peningkatan produksi susu kambing; dan 2) Peningkatan kemampuan branding dan promosi digital berbasis Eling Siber;

### 2. Perencanaan Proyek

Peserta difasilitasi untuk menyusun rencana proyek yang mencakup: 1) Penjadwalan kegiatan pelatihan; 2) Identifikasi kebutuhan alat dan bahan; dan 3) Penugasan tanggung jawab anggota kelompok usaha industry rumah tangga Putra Galuh Farm. Tim pengabdian akan memberikan template perencanaan dan bimbingan teknis agar perencanaan yang dibuat dapat dijalankan secara realistis.

### 3. Pelaksanaan Proyek

Pelaksanaan proyek mencakup: Proyek Model Eling Siber sebagai Strategi Promosi Global Strategi membuat slogan dalam bahasa Inggris berdasarkan studi *merek merek* (Abdi & Irandoust, 2013; Modrić, 2016; Rohayati, 2018; Wibowo & Kristina, 2018).

### 4. Monitoring dan Evaluasi Proyek

Evaluasi dilakukan terhadap hasil produksi, efektivitas strategi promosi, serta peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola usaha berbasis ekoliterasi. Penilaian dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi hasil proyek.

### 5. Refleksi dan Diseminasi

Peserta diberikan kesempatan untuk mempresentasikan hasil proyek dan melakukan refleksi terhadap dampak pelatihan. Dokumentasi kegiatan akan dijadikan materi diseminasi untuk publikasi ilmiah maupun media sosial mitra.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan dalam bentuk pelatihan kepada 10 orang anggota industry rumah tangga Putra Galuh Farm sebagai produsen susu kambing *merek Segar*. Pelatihan dilaksanakan selama satu hari, yaitu pada hari Rabu tanggal 23 Juli 2025 di area kandang Putra Galuh Farm. Penerapan Metode Project-Based Learning digunakan untuk mengembangkan keterampilan Eling Siber berbasis ekoliterasi untuk dijadikan logo, konten promosi neon box/ reklame/ banner, konten media sosial, dan konten pada kemasan. Kegiatan ini berujuan untuk meningkatkan keberdayaan mitra terhadap Eling Siber untuk peningkatan kualitas pemasaran susu kambing *merek Segar*.



Gambar 1. Suasana pelatihan Eling Siber

Peningkatan keberdayaan mitra Putra Galuh Farm meliputi pengetahuan dan keterampilan. Berkaitan dengan pengetahuan, peserta yang merupakan anggota industri rumah tangga Putra Galuh Farm, mendapatkan pengetahuan berupa materi Eling Siber (*E-writing* Slogan Iklan Berbahasa Inggris). Suasana kegiatan pelatihan dapat dilihat ada Gambar 1. Kegiatan pelatihan diawali dengan pre-test mengenai materi Eling Siber; kemudian dilanjutkan dengan *post test* pasca pemberian materi dan pemberian proyek Eling Siber. Hasil *pre-test* dan *post-test* ditampilkan dalam Tabel 2.

**Tabel 2 Nilai *pre-test* dan *post test***

Peserta	<i>Pre-test</i>	<i>Post test</i>
1	40	60
2	40	60
3	60	60
4	80	90
5	60	80
6	60	50
7	60	60
8	90	90
9	40	60
10	60	60
<b>Rata-rata</b>	<b>59</b>	<b>67</b>

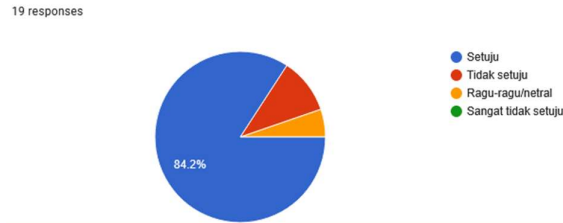
Eling Siber merupakan singkatan dari *E-writing* slogan iklan berbahasa Inggris. Eling Siber mengintegrasikan literasi menulis kreatif secara digital untuk menghasilkan karya inovatif. Jenis tulisan kreatif yang dimaksud merupakan slogan iklan dalam bahasa Inggris. Model menulis kreatif dan inovatif untuk pemasaran ini menjadi alternatif solusi untuk meningkatkan kualitas promosi, khususnya susu kambing *merek* Segar yang diproduksi oleh Putra Galuh Farm.

Materi Eling Siber ini menggabungkan literasi Bahasa Inggris dan literasi digital serta melibatkan kemampuan menulis kreatif jenis slogan iklan. Implementasi literasi digital yang dimaksud melibatkan perangkat teknologi bernama Smartphone dan sejenisnya. Perangkat ini sudah sangat populer dan sudah dimiliki oleh semua peserta pelatihan. Begitupun penggunaan aplikasi desain grafis bernama Canva telah dapat di akses dan di navigasi oleh seluruh peserta. Canva inilah yang menjadi media menulis berbasis elektronik sehingga menghasilkan karya tulis yang inovatif dan kreatif (Rohayati & Friatin, 2021) untuk digunakan dalam promosi pemasaran produk susu kambing *merek* Segar. Hasil proyek Eling Siber tersebut kemudian disatukan ke dalam disain gambar logo dan dituangkan dalam media stiker kemasan botol susu kambing *merek* Segar, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2 Eling Siber dalam disain Logo untuk stiker kemasan susu kambing segar**

Karya Eling Siber ini kemudian dijadikan label kemasan produk susu kambing yang dapat meningkatkan kualitas pemasaran susu kambing *merek* Segar. Dengan adanya Eling Siber di kemasan botol *merek* Segar ini akan memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Terbukti hasil penjualan 1 bulan sebelum dan sesudah pemasangan Eling Siber Label Produk meningkat sebesar 10%. Dengan demikian, Eling Siber ini dapat menarik perhatian konsumen seperti terlihat dari hasil survey terhadap 19 orang konsumen (Gambar 3). Dari 19 responden menyatakan kebanyakan konsumen setuju (84%) bahwa Eling Siber "A happy drink, fresh from happy goats" dapat menarik perhatian konsumen.



**Gambar 3 Respon konsumen terhadap Eling Siber**

Berdasarkan hasil paparan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut, Eling Siber sebagai model menulis kreatif untuk pemasaran sangat mampu mengubah perilaku/ keputusan konsumen terhadap pembelaian produk susu kambing *merek Segar*. Selain itu, dengan slogan bahasa Inggris telah menjadi sarana untuk promosi global, meningkatkan kualitas produk, dan menambah nilai positif serta ekuitas *merek merek* (Abdi & Irandoust, 2013; Modrić, 2016; Rohayati, 2018; Wibowo & Kristina, 2018). Dengan demikian, hasil pengabdian ini selaras dengan pendapat para ahli terkait manfaat slogan berbahasa Inggris sebagai strategi meningkatkan kualitas pemasaran (Rohayati, 2018) dan meningkatkan *product branding* dan *brand awareness*.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah sukses dilaksanakan dalam bentuk pelatihan kepada anggota industri rumah tangga Putra Galuh Farm sebagai produsen susu kambing *merek Segar*. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menghasilkan beberapa kesimpulan diantaranya: 1) Tingkat keberdayaan mitra Putra Galuh Farm meningkat meliputi pengetahuan tentang Eling Siber dan keterampilan dalam pembuatan karya dari model Eling Siber ; dan 2) Karya Eling Siber meningkatkan kualitas pemasaran susu kambing *merek Segar*. Mitra Putra Galuh Farm telah mendapatkan dampak yang sangat positif dari kegiatan pengabdian ini karena bahasa Inggris dapat menunjang promosi global. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa model dan karya dari Eling Siber ini selayaknya direplikasi untuk peningkatan infrastruktur yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama untuk promosi berbagai produk maupun jasa.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada Kemdiktisaintek yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan Universitas Galuh dan Putra Galuh Farm serta kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, S., & Irandoust, A. (2013). The importance of advertising slogans and their proper designing in brand equity. *International Journal of Organizational Leadership*, 2(2), 62–69.
- Akbar, M., Sonni, A. F., Suhasman, S., Adawiyah, S. R., & Herald, Y. I. (2023). Correlation between Social Media Utilization and the Young Generation's Online Shopping Behavior in Eastern Indonesia. *Studies in Media and Communication*, 11(7), 1–13.
- Defra. (2010). *Definitions of terms used in farm business management*. Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra) London.
- Frastuti, M., Choirunnisak, Putri, N. E., & Syafitri, L. (2025). Pengenalan sosial media sebagai praktik mengurangi kendala promosi kain pelangi atau jumputan sebagai pengembangan produk unggulan daerah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 31(03), 231–238.
- Holm, M. (2011). Project-based instruction: A review the literature on in Prekindergarten through 12th grade classrooms. *InSight: Rivier Academic Journal*, 7(2), 1–13.
- Lokollo, L. J. (2024). Harnessing social media for independent learning: insights from higher education students. *JOURNAL OF ECOHUMANISM Ycpedume.u: Transnational Press London*, 4(1).

- Modrić, M. (2016). *Advantages of the use of English in advertising: Attitudes of Croatian speakers (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of English Language and Literature)*. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:572394>
- Mulyanah, A. (2013). TRANSITIVITAS PADA SLOGAN IKLAN BERBAHASA INGGRIS : PENDEKATAN TATA BAHASA FUNGSIONAL (Transitivity in English Slogans: A Functional Grammar Analysis). *Sawerigading*, 19(3), 323–331.
- Rahma, S. T., Rochmaniah, A., Ubeidillah, H. A., & Febriana, P. (2024). Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mahasiswa Melalui Pelatihan dan Pendampingan Branding Produk dan Digital Marketing. *Abdimas Galuh*, 6(2), 988–996.
- Rahmat, W., Tiawati, R. L., Kemal, E., Tatalia, R. G., Azri, H., & Wulandari, Y. (2023). How do the young people picture out their use, activeness, and connectivity on social media? A discourse analysis approach. *Journal of Communication Inquiry*, 01968599231174848.
- Rohayati, D. (2018). Dampak Bahasa Inggris sebagai bahasa global untuk meningkatkan kualitas pemasaran (Studi kasus pada pemasaran P'godash Hydroponic Menu di Kota Banjar). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Agribisnis II*, 1–7.
- Rohayati, D., & Friatin, L. Y. (2021). Improving students' critical thinking ability in Exposition text through E-writing. *Jadila: Journal of Development and Innovation in Language and Literature Education*, 1(4), 434–450.
- Rohayati, D., Nugraha, A., Maulani, I. S., Mulyana, Y. S., Yudha, P., & Utama, J. K. (2023). Pelatihan ELING SIBER untuk Promosi Objek Wisata Budaya Ciung Wanara Menggunakan Media WhatApps Group Bagi Kelompok Karang Taruna Ciung Wanara Dusun Karangkamulyan. *Prosiding Sendimas*, 8(1), 140–144.
- Rohayati, D., Rachmawati, E., Aziz, S., Maulana, Y. S., Iman, F. K., Haque, B. dienul, & Amallia, M. N. (2022). Training of kiosk traders: E-writing of English advertising slogan for promoting Agriculture products. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat*, 6–11.
- Salim, H., Daud, A., & Hanif, M. (2024). Using social media for teaching English during the COVID-19 pandemic: Lessons from Indonesia. *South African Journal of Education*, 44(3).
- Uddin, B., Sulistyohati, A., Janah, N. R., Sudrajat, J., & Khaira, A. (2025). Inovasi Pemasaran UMKM dengan Teknologi Artificial Intellegence (AI) pada UMKM Desa Warnasari, Kabupaten Bandung. *Abdimas Galuh*, 7(2), 1353–1358.
- Van den Ban, A. W., & Hawkins, H. S. (2002). *Agricultural Extension*. CBS Publishers & Distributors. <https://books.google.co.id/books?id=Th1LPgAACAAJ>
- Vanni, K. M., Ningsih, T. W., Safira, A. D., Faizah, F. N., & Amalia, F. (2025). Penguatan ekonomi mandiri santri melalui pelatihan digital business and canvas model di pondok pesantren Monasmuda Institute Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 31(02), 168–175.
- Wibowo, A. H., & Kristina, D. (2018). Efektivitas penggunaan Bahasa Inggris dalam media promosi pariwisata Solo Raya menuju pembangunan sistem online tourismn promotion. *Cakra Wisata*, 19(2), 12–22.