

## Pelatihan Cara “Transactions Dan Promotions” Menggunakan Bahasa Inggris Bagi UMKM Di Desa Sumber Arum Kabupaten Seluma

Gustini\*<sup>1</sup>, Anwar Hamid<sup>2</sup>, Sudriyanti Putri<sup>3</sup>, Nour Farozi<sup>4</sup>, Erlian Dwisnu<sup>5</sup>  
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu, Indonesia

Email: \*stia\_gustini@yahoo.com

### ARTICLE HISTORY

Received [02 Mei 2022]

Revised [30 Juni 2022]

Accepted [29 Juli 2022]

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan ini adalah memberi pelatihan bagi para pelaku UMKM di Desa Sumber Arum Kabupaten Seluma yang dirasa Kurang mampu dalam mengenalkan dan mempromosikan produk mereka kepada konsumen utamanya dari luar negeri dalam berbahasa Inggris dan terbatasnya Kemampuan komunikasi berbahasa Inggris, antara lain: minimnya kepemilikan kosakata bahasa Inggris, kemampuan mengucapkan bahasa Inggris masih rendah, kemampuan gramatika bahasa Inggris baik bahasa Lisan ataupun bahasa tulis masih rendah. Maka dari itu pengabdian dosen STIA Bengkulu melakukan kegiatan yang bisa meningkatkan kemampuan para UMKM Terutama dalam melakukan transaksi dan promosi dalam menggunakan bahasa Inggris. Dari kegiatan tersebut para pelaku UMKM merasa sangat terbantu dan mulai mencoba mempraktekan apa yang sudah dipelajari dalam kegiatan pelatihan tersebut.

### ABSTRACT

*The purpose of this activity is to provide training to UMKM actors in Sumber Arum Village, Seluma Regency, who are considered less able to present and promote their products to consumers mainly from the country. in addition to English and limited English communication skills, including: English vocabulary level, English pronunciation ability is still weak, English grammar ability both spoken and written are weak. Therefore, the dedication of STIA Bengkulu instructors to carry out activities can enhance the capacity of UMKM, especially in conducting transactions and promoting in English. From these activities, MSME members find it very useful and start trying to apply what they have learned in training activities.*

**Keywords ;** Transactions, Promotions, SMES Actors

## I.PENDAHULUAN

Berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008, Usaha banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokoh perekonomian suatu negara .Dengan adanya UKM sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal (Sudiarta et al.,2014). Berdasarkan data biro pusat statistik, sektor UKM yang memiliki proporsi unit usaha terbesar tahun 2014- 2015 adalah sektor (1) pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan; (2) perdagangan, hotel dan restoran; (3) industri pengolahan;(4) pengangkutan dan komunikasi; serta (5) jasa.Banyak UKM yang memproduksi produk khas lokal. Selama rentan waktu 2017 hingga 2022, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Seluma berencana meningkatkan kelas 1.000 UKM di Banten,

dari awalnya UKM tingkat kecil menjadi menengah, dan UKM tingkat mikro menjadi kecil. Peningkatan kelas tersebut bertujuan agar UKM di Kabupaten Seluma berkontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi daerah.

Kesempatan persaingan bagi para pelaku usaha baik besar, menengah maupun kecil. Hal ini menuntut adanya persiapan atau bekal yang cukup bagi para pelaku usaha tersebut khususnya pelaku Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu bekal yang harus dimiliki oleh para pelaku UMKM yaitu kemampuan dalam berbahasa asing, salah satunya bahasa Inggris. Bahasa Inggris merupakan bahasa utama masyarakat dunia untuk berkomunikasi. Ia dipakai untuk urusan diplomasi, pendidikan, bisnis, dagang, ekonomi, politik dan sosial budaya. Peran bahasa Inggris sangat penting untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Bahasa Inggris dalam mengembangkan usaha para pelaku UKM karena para pelaku UKM dituntut berjualan secara online. Jadi para pelaku UKM harus siap untuk itu. Di era digital, dimana sudah tidak ada lagi batas wilayah, maka penguasaan Bahasa Inggris menjadi suatu keniscayaan. Apalagi untuk para pebisnis seperti UKM menguasai Bahasa Inggris menjadi hal yang penting. Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan mengapa para UMKM harus menguasai kemampuan bahasa yaitu (Rianto, dkk, 2015) :

1. Pelanggan yang dilayani oleh UMKM bukan berasal dari Indonesia saja, namun juga mencakup Negara-negara di ASEAN. Hal ini tentu menuntut para pelaku UMKM Indonesia untuk mampu menguasai bahasa Inggris dengan baik agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Adanya persaingan usaha dan tenaga kerja yang semakin kompetitif untuk merebut peluang pasar yang ada. Para pelaku UMKM tidak hanya mengandalkan pelanggan local dari Indonesia serta menggunakan strategi bertahan. Para pelaku UMKM harus bisa semakin kompetitif mengembangkan usaha dan memanfaatkan peluang yang ada.
3. Perkembangan Teknologi dan Informasi yang sudah tentu dalam bahasa Inggris menuntut para pelaku UMKM untuk bisa menguasai bahasa Inggris guna mempelajari dan memanfaatkan teknologi dan informasi dalam membantu perkembangan usaha yang dimiliki.

Dengan penguasaan bahasa Inggris ini diharapkan masyarakat Indonesia maupun pelaku UMKM mempunyai bargaining power yang lebih besar. Tentunya belajar bahasa Inggris memerlukan waktu yang tidak sebentar dan biaya yang tidak sedikit, selain itu juga harus dilatih secara konsisten tetapi setelah dapat menguasai dan lancar berbahasa Inggris maka akan terasa manfaatnya. Kemampuan berbahasa Inggris dipandang penting karena memudahkan berkomunikasi di era perdagangan global saat ini karena tidak menuntut kemungkinan pelaku UMKM melakukan transaksi dagang dengan pihak asing mengingat sekarang transaksi secara global bisa dilakukan secara online yang terkadang mereka bertemu dengan pembeli dari luar negeri.

Selain itu Selama ini pelaku UMKM sulit mempromosikan pada pameran internasional dan memasarkan produk mancanegara karena tidak bisa berbahasa Inggris. Disatu sisi pada umumnya pelaku UMKM berasal dari masyarakat dengan pendidikan menengah kebawah dengan tingkat kemampuan bahasa asing yang rendah. Hal inilah yang melatar belakangi pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dengan memberikan pelatihan berbahasa Inggris sebagai upaya meningkatkan sumber daya manusia pelaku UMKM.

## **II. METODE**

### **1. Tempat dan Peserta pelatihan**

Kegiatan pelatihan bahasa Inggris ini dilakukan dalam bentuk pelatihan bahasa Inggris singkat yang diikuti oleh anggota UKM sebanyak 20 orang, yang bertempat di Balai Desa, Desa Sumber Arum.

### **2. Metode Pelatihan**

Metode pengajaran dalam pelatihan ini ialah praktek presentasi mempromosikan produk serta praktek jual beli dalam bahasa Inggris.

### 3. Materi Pelatihan Bahasa Inggris

Materi pelatihan bahasa Inggris ini disesuaikan dengan permasalahan berkaitan dengan kemampuan bahasa Inggris yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris yang sangat terbatas berhubungan dengan pemasaran produk, mengenalkan dan mempromosikan produk mereka kepada konsumen utamanya dari luar negeri. Keterbatasan-keterbatasan yang mereka alami itu antara lain minimnya pembedaharan kosakata Bahasa Inggris., rendahnya *pronunciation* /pengucapan bahasa Inggris, kemampuan gramatika bahasa Inggris baik bahasa Lisan ataupun bahasa Tulis masih rendah serta kurangnya percaya diri menggunakan bahasa Inggris.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Bahasa Inggris Bagi Umkm Materi English Transactions Dan Promotions Di Desa Sumber Arum Kabupaten Seluma

Tanggal : Jumat, 14 Februari 2020

Waktu : 08.00- 11.30

Lokasi : Desa Sumber Arum Kabupaten Seluma

Telepon : 0821 6680 2490

Kegiatan Pelatihan bahasa Inggris dilaksanakan lebih difokuskan kepada komunikasi lisan dikarenakan para UMKM mengalami kesulitan terutama dalam menjelaskan produk mereka dalam pameran khususnya apabila ada pengujung atau *buyer* orang asing. Pelatihan diawali dengan kegiatan pemberian informasi mengenai ilmu business speaking dengan tema business transaksi dan *public speaking* dengan tema *presentation skills* dan juga memberikan contoh teks teks bahasa Inggris tentang transaksi jual beli produk UMKM.

1. Usaha mikro Usaha mikro UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.
2. Usaha kecil Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang dimaksud dalam UU tersebut.
3. Usaha menengah Sementara usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

Kemudian dilanjutkan dengan memberikan contoh membaca teks bahasa Inggris dengan ucapan yang benar sesuai dengan kaidah ucapan bahasa Inggris. Para peserta menyimak dan menirukan bagaimana membaca teks dengan benar. Mereka berlatih membaca teks demi teks dengan semangat. Satu persatu peserta pelatihan melakukan presentasi *decribing* dan *promoting* produknya secara individu serta berdialog jual beli, tawar menawar dalam bahasa Inggris pada sesi berikutnya. Selama pelatihan peserta diberikan contoh, komentar, saran, dan pembetulan terhadap ucapan gramatika, intonasi serta cara menyampaikan isi materi. Peserta pelatihan juga dilatih untuk berani menggunakan bahasa lisan secara produktif dan berterima. Misalnya para peserta praktek satu satu mempromosikan produk mereka, kemudian dilanjutkan dengan sesi jual beli dengan sistem tawamenawar (*bargaining*) dalam bahasa Inggris. Meski para peserta terbata-bata dalam mengucapkan bahasa Inggris, tapi mereka serius mengikuti sesi tersebut, peserta juga antusias, ini jadi bukti bahwa mereka siap bersaing dengan bekal kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris.

#### Penjelasan materi

Pelatihan diberikan oleh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA). Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada pada tanggal 01 Juli 2021, bertempat Desa Sumber Arum Kabupaten Seluma





**Gambar 1. Praktek Promosi**



**Gambar 2. Penjelasan Praktek Promosi**

## Penutup

Kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa peserta sangat berminat dengan pelatihan ini. Penambahan pengetahuan bagi peserta tentang penggunaan aplikasi bahasa Inggris dalam transaction dan baik dan benar, serta secara cepat dengan menerapkan secara langsung.



Gambar 3. Foto Bersama

## IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan kata lain jika mempunyai kemampuan komunikasi bahasa Inggris yang baik, maka peluang produk merambah pasar internasional juga makin terbuka. Para pelaku UMKM yang ingin produknya go international, harus membenahi diri dengan menambah kemampuan agar berkualitas, salah satunya dengan bisa berbahasa Inggris. Peningkatan kemampuan bahasa Inggris seyogyanya bisa terus ditingkatkan dengan pelatihan berkelanjutan tidak hanya sebatas materi jual beli tapi juga bisa meluas berbagai materi yang berkaitan dengan *labelling*, *product composition*, maupun berkaitan dengan ekspor dan impor, seperti menulis surat penawaran produk UMK, menulis surat bisnis, shipping, dan forwarding.

## SARAN

Saran yang dapat disampaikan adalah semoga pelatihan yang dilaksanakan ini bisa memberi dampak yang signifikan terhadap kemajuan UMKM dan kedepan akan terus dilaksanakan bimbingan dan inovasi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini khususnya para pelaku UMKM Desa Sumber Arum Kabupaten Seluma.

## DAFTAR PUSTAKA

- Deddy Ackbar Rianto, S. A. (2015). *Perancangan. Aplikasi Sistem Informasi Geografis (Sig)* . Jambi. rhicard florida. (2002). *rise of the creative class*. new york.
- Salemba Empat. Prawirokusumo, S. (2010. ). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Edisi Pertama* . Yogyakarta: BPF UGM.
- Sudiarta, I. N. (2014). Understanding Tourist Behavior: A Strategy to Build Positioning of Tourism Destination (Case Study Bali). *Seminar Proceedings, International Seminar on Tourism – ISOT*, (pp. 229-236). Jogyakarta: Ambarukmo Tourism Ins.
- Tambunan, T. T. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, K. d. (n.d.).