

PELATIHAN BAHASA INGGRIS BAGI UMKM MATERI ENGLISH TRANSACTIONS DAN PROMOTIONS DI RUMAH KREATIF BUMN (RKB)-CILEGON

Dewi Surani¹, Aria Cendana Kusuma²

^{1,2}Universitas Bina Bangsa
Jl. Raya Serang-Jakarta, KM 03 No. 1B Pakupatan Kota Serang
dewi.surani@bina.bangsa.ac.id¹, Aria.c.kusuma@gmailcom²

ABSTRAK

Pelatihan bahasa Inggris bagi UMKM di Rumah Kreatif BUMN Cilegon dilaksanakan pada bulan Februari 2018. Pelatihan diberikan dalam bentuk latihan *describing* dan *promoting* produk, serta latihan percakapan tentang transaksi jual beli produk yang dihasilkan UMKM. Pelatihan diawali dengan kegiatan pemberian informasi mengenai ilmu *business speaking* dengan tema business transaksi dan public speaking dengan tema *presentastion skills* dan juga memberikan contoh teks bahasa Inggris tentang transaksi jual beli produk UMKM. 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, berlatih membaca teks demi teks. Satu per satu peserta pelatihan melakukan presentasi *decribing* dan *promoting* produknya secara individu serta berdialog jual beli, dalam bahasa Inggris. Selama pelatihan peserta diberikan contoh, komentar, saran, dan pembetulan ucapan, gramatika, intonasi serta cara menyampaikan isi materi. Adapun pelatihan pengembangan kemampuan Bahasa Inggris ini dilaksanakan dengan tujuan agar pelaku UMKM diharapkan mampu mempromosikan produk, dan bertransaksi jual beli berbahasa Inggris baik dalam pameran maupun transaksi online ke berbagai negara. Setelah dilaksanakan pelatihan ini para pelaku UMKM percaya diri menpresentasikan produk mereka dan berkomunikasi kepada orang lain dalam bahasa Inggris.

Kata kunci : Pelatihan, Bahasa, Inggris, UMKM.

ABSTRACT

English training for UMKM at Rumah Kreatif BUMN Cilegon was held in February 2018. Training is given in the form of describing and promoting products, sale and purchasing transactions generated by UMKM. The training begins with the activity of providing information on the science of business speaking and public speaking. It also providing examples of English text texts about UMKM product sale and purchase transactions. Then proceed with giving examples of reading English texts with correct speech in accordance with the rules of speech in English. The participants make a presentation decribing and promoting their products individually and having a buying and selling dialogue, bargaining in English the next opportunity. During the training participants were given examples, comments, suggestions, and corrections to the grammatical words, intonations and how to convey the contents of the material. The English language skills development training was carried out with the aim that UMKM players are expected to be able to promote their products and transacting in English-language in exhibitions and online transactions to various countries. After this training, UMKM practitioners are confident in presenting their products and communicating to others in English.

Keyword : Training, Language, English, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008, Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dalam perekonomian Indonesia dan tahan terhadap berbagai macam krisis ekonomi. UMKM memiliki manfaat menyediakan lowongan pekerjaan, menyumbang terbesar nilai produk domestik bruto, dan saluran bagi masyarakat kecil dan menengah. UMKM merupakan motor penting dari pertumbuhan ekonomi, inovasi dan proses teknologi (Thornbur, 1993 dalam Tambunan 2009).

UKM dewasa ini merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah Indonesia, semakin 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 Provinsi Banten 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 Banten berkontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi daerah. Berdasarkan data yang dimiliki pihaknya, jumlah UKM di Banten saat ini telah mencapai 984.188 unit. Rinciannya 823.496 usaha tingkat mikro, 153.313 usaha tingkat kecil, dan 7.309 tingkat menengah. (sumber: [\[nten.com/seribu-ukm-ditarget-naik-kelas/\]\(https://www.kabarba.com/seribu-ukm-ditarget-naik-kelas/\)\)](https://www.kabarba</p></div><div data-bbox=)

Pembinaan UKM tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah semata tapi juga peran dari pihak-pihak lain, salah satunya Rumah Kreatif BUMN (RKB) yang merupakan suatu wadah yang dibentuk oleh Badan Usaha Milik Negara seperti Bank BRI, BNI, Mandiri, BTN, Telkom, Pertamina dan PLN Merupakan rumah bersama yang berperan sebagai pusat data dan informasi selain itu pusat edukasi, pengembangan, dan digitalisasi UMKM ujuan didirikannya RKB ini adalah sebagai upaya untuk memperdayakan ekonomi kerakyatan, khususnya bagi pelaku UKM untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian Indonesia. Di Rumah Kreatif BUMN ini para pelaku UKM dapat dibimbing dan didampingi untuk menjawab tantangan utama pengembangan usaha kecil menengah dalam hal peningkatan kompetensi, peningkatan akses pemasaran dan kemudahan akses permodalan. Dari data UMKM di RKB Cilegon, saat ini ada terdaftar ada 60 UMKM dengan sebaran sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah UMKM di RKB Cilegon

NO	Jenis UMKM	Jumlah
1.	Makanan dan Minuman	43
2.	Fashion	6
3.	Kerajinan (craft)	11
Jumlah		60

Sumber: Data UMKM RKB-Cilegon

Dari 60 jumlah UMKM tersebut belum ada yang masuk ke ekspor, hal ini dikarenakan skala produksi yang masih kecil, minimnya modal dan bahan produksi serta kurangnya kemampuan SDM, salah satunya SDM berkaitan dengan marketing baik marketing, produk dan personel selling. Di satu sisi keberadaan masyarakat ekonomi ASEAN dan revolusi industri 4.0 membuka

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.

Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang berfungsi sebagai alat komunikasi bagi orang-orang diseluruh dunia. Kemampuan berkomunikasi dengan bahasa Inggris dapat digunakan dalam berbagai aspek kehidupan seperti dalam aspek ekonomi, sosial, budaya,

pendidikan, hukum, dan lainnya. Pelaksanaan pelatihan bahasa Inggris ini bertujuan memberikan pelatihan bahasa Inggris yang efektif kepada para UMKM dalam pasar bebas dan revolusi industri 4.0 sebagai langkah mengembangkan sumber daya pelaku UMKM. Dari program pelatihan bahasa Inggris diharapkan memberikan pengaruh dalam memasarkan produk dengan baik dan memberikan berbagai informasi kepada orang asing. Dan jika sudah terampil berbahasa Inggris, pelaku UMKM nantinya juga harus bisa menulis kemasan produk dalam bahasa Inggris tersebut.

2. PERMASALAHAN

Berdasarkan gambaran situasi dan permasalahan serta potensi yang dimiliki oleh UMKM anggota RKB BUMN Cilegon dapat dirumuskan dua permasalahan utama diantaranya:

1. Kurangnya kemampuan mengenalkan dan mempromosikan produk mereka kepada konsumen utamanya dari luar negeri dalam berbahasa Inggris
2. 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.

3. METODOLOGI

1. Tempat dan Peserta pelatihan

Kegiatan pelatihan bahasa Inggris ini dilakukan dalam bentuk pelatihan bahasa Inggris singkat yang diikuti oleh anggota aktif Rumah Kreatif BUMN (RKB) Cilegon sebanyak 20 orang, yang bertempat di gedung Rumah Kreatif BUMN (RKB) Cilegon.

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 pembedaahan 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.

Melihat permasalahan dari pelaku UMKM berkaitan dengan kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris tersebut sehingga dirumuskan materi pelatihan seperti; untuk meningkatkan pembendaharaan kosakata pelatih merangsang dengan menunjukkan gambar berbahasa Inggris dan menunjukkan arti setiap kata bahasa Inggris dalam latihan membaca, menulis dan praktek pada percakapan dipelatihan serta dilakukan pengkoreksian, pegulangan kosa kata apabila mereka belum bs memahami arti kosakata.

Untuk materi *pronouciation*, materi diberikan dengan memberikan contoh ucapan yang benar lebih dahulu sebelum pembelajar mempraktekkan ucapan pada teks, kemudiberi kesempatan untuk mempraktekkan ucapan bahasa Inggris dengan benar, pengajar memberikan pembetulan apabila ditemukan kesalahan dalam ucapanbaik secara langsung

Materi gramatika diberikan secara ketika pembelajar menemukan persoalan

dalam teks. Materi berkaitan dengan komunikasi lisan diberikan dalam bentuk praktek jual beli, tawar-menawar serta promosi produk.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

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 pengunjung 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 bahasa Inggris tentang transaksi jual beli produk UMKM. 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 *describing* 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 pembedaan 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 tawar-menawar (*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.



Gambar 1. Praktek Peserta Presentasi mempromosikan produk

5. KESIMPULAN

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.

DAFTAR PUSTAKA

- RKB,2018. Data UMKM Anggota RKB. Cilegon.
- Rianto,dkk.2015. Peran UMKM dalam Menghadapi MEA 2015 melalui Pelatihan Bahasa Inggris.Jurnal Ilmu Manajemen Ekonomika/Vol 8 No. <http://journal.ibs.ac.id>.

Tambunan, Tulus, 2010.Center for
Industry.SME and Business
Competition Sdtudies, Trisakti
University, Indonesia

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008
tentang Usaha Mikro, Kecil dan
Menengah (UMKM).

[https://www.kabarbanten.com/seribu-
ukm-ditarget-naik-kelas](https://www.kabarbanten.com/seribu-ukm-ditarget-naik-kelas)