

Pelatihan Keterampilan *English for Business* Untuk Pelaku UMKM di Kabupaten Subang

English for Business Skills Training for MSMEs in Subang Regency

Deddy Suryana*, Agus Suherman, Amir, Suharno

Universitas Pendidikan Indonesia

*Email:deddysuryana88@upi.edu

(Diterima 09-11-2023; Disetujui 06-01-2024)

ABSTRAK

Pertumbuhan wirausaha kategori usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Subang mengalami perubahan signifikan setiap tahunnya. Fakta di atas terdiri atas 17.676 usaha mikro, 3.521 usaha kecil, dan 882 usaha menengah yang bergerak di berbagai sektor usaha, antara lain toko kelontong, produk olahan pertanian, produk non pertanian, dan masih banyak lagi usaha kecil lainnya (BPS Kabupaten Subang, 2022). Namun, sebagian besar usaha didominasi oleh industri dalam negeri dengan modal terbatas. Saat ini pelanggan UMKM tidak hanya pembeli lokal tetapi juga pembeli dari negara-negara ASEAN. Menghadapi persaingan yang ketat, para pelaku UMKM tidak bisa lagi hanya mengandalkan pelanggan lokal dan menggunakan strategi bertahan untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada. Pelaku UMKM harus mampu lebih kompetitif dalam mengembangkan usahanya dan memanfaatkan peluang yang ada. Di era digital, dimana batas wilayah sudah tidak ada lagi, penguasaan bahasa Inggris sangatlah penting. Khusus bagi usaha kecil, seperti UMKM, penguasaan bahasa Inggris menjadi sangat penting. Dengan diperolehnya kemampuan dasar berbahasa Inggris, diharapkan dapat meningkatkan daya tawar pelaku UMKM. Dalam konteks fakta di atas, program PkM ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dasar *English for Business* kepada para pelaku UMKM di Kabupaten Subang. Pada kegiatan PkM ini diperoleh hasil; kemampuan kosa kata bahasa Inggris untuk *Business* dari 50,4 menjadi 72,2; kemampuan mendengarkan dari 48,3 menjadi 65,1; kemampuan membaca dari 67,6 menjadi 70,3; kemampuan menulis (*texting, chatting*) dari 55,2 menjadi 67,4; dan kemampuan mengucapkan dari 60,01 menjadi 70,8.

Kata kunci: UMKM Subang, PkM, *English for Business*

ABSTRACT

Entrepreneurial growth in the micro, small and medium enterprise (MSME) category in Subang Regency experiences significant changes every year. The facts above consist of 17,676 micro businesses, 3,521 small businesses, and 882 medium businesses operating in various business sectors, including grocery stores, agricultural processed products, non-agricultural products, and many other small businesses (BPS Subang Regency, 2022). However, most businesses are dominated by domestic industries with limited capital. Currently, MSME customers are not only local buyers but also buyers from ASEAN countries. Facing intense competition, MSME players can no longer just rely on local customers and use survival strategies to take advantage of existing market opportunities. MSME players must be able to be more competitive in developing their business and taking advantage of existing opportunities. In the digital era, where regional boundaries no longer exist, mastery of English is very important. Especially for small businesses, such as MSMEs, mastery of English is very important. By acquiring basic English language skills, it is hoped that it can increase the bargaining power of MSME players. In the context of the facts above, this PkM program aims to provide basic English for Business training to MSMEs in Subang Regency. In this PkM activity the results were obtained; English vocabulary skills for Business from 50.4 to 72.2; listening ability from 48.3 to 65.1; reading ability from 67.6 to 70.3; writing ability (texting, chatting) from 55.2 to 67.4; and pronunciation ability from 60.01 to 70.8.

Keywords: Subang MSMEs, PkM, *English for Business*

PENDAHULUAN

Kemajuan usaha yang sangat cepat merupakan salah satu bukti dampak teknologi terhadap peradaban manusia. Teknologi selalu menjadi dasar dari berbagai aspek dalam

kehidupan sosial (Brown, 2011). Sebagai contoh, adopsi teknologi berupa *e-commerce* relatif memudahkan masyarakat untuk mengakses kebutuhannya dengan cara yang lebih praktis, seperti memesan jasa transportasi dan membeli barang (Jr & Berge, 2011). Hal ini berpotensi mengubah pola hidup dan struktur sosial (Chuma, 2014).

Pembentukan model baru ini merupakan tanggung jawab pemerintah untuk melakukan perubahan kondisi sosial secara signifikan dan kontekstual (Margaret, 2017). Adaptasi tersebut salah satunya terjadi pada sektor usaha yang sedang tren yaitu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang didorong oleh pemerintah pusat dan daerah agar sektor UKM dapat meningkatkan pangsa pasar dan daya saingnya melalui program pengembangan program digitalisasi. Tekanan ganda dari disrupsi akibat Covid-19 mendorong masyarakat untuk berbelanja online.

Sementara itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha terbesar dalam perekonomian Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang mampu bertahan dalam berbagai krisis ekonomi. UKM menyediakan lapangan kerja, menciptakan nilai terbesar produk domestik bruto, dan menyediakan saluran bagi komunitas kecil dan menengah. UKM adalah mesin penting pertumbuhan ekonomi, inovasi dan proses teknologi (Thornbur, 1993, Tambunan 2009).

Saat ini UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah Indonesia. Semakin banyak wirausaha maka semakin baik dan kuat perekonomian negara tersebut. Dengan bantuan UKM, sumber daya lokal, pegawai local, dan pendanaan lokal dapat diterapkan dan dimanfaatkan secara optimal (Sudiarta et al., 2014). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Finlandia tahun 2014-2015, sektor UMKM dengan pangsa unit usaha terbesar adalah: (1) pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan; (2) dunia usaha, hotel dan restoran; (3) industri manufaktur (4) transportasi dan komunikasi; dan (5) jasa. Banyak UKM yang memproduksi pangan local pada tahun 2017-2022. Sementara itu, perkembangan UMKM di Kabupaten Subang juga menunjukkan angka yang sangat tinggi (BPS Kabupaten Subang, 2022) seperti terlihat pada tabel 1.

Dari data pada table 1 dapat disimpulkan bahwa laju pertumbuhan UMKM di Kabupaten Subang mengalami peningkatan setiap tahunnya, jumlah data di atas terdiri atas kategori usaha mikro, kecil dan menengah. Data lain menunjukkan total pelaku UMKM di Kabupaten Subang sebanyak 22.079 pedagang. Angka tersebut terdiri atas 17.676 usaha mikro, 3.521 usaha kecil, dan 882 usaha menengah. UKM beroperasi di berbagai sektor usaha. Sebagai usaha yang meliputi toko kelontong, produk olahan pertanian, produk non

pertanian dan masih banyak lagi usaha kecil lainnya. Namun, sebagian besar menjalankan industri rumahan dengan modal terbatas.

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Kabupaten Subang Tahun 2016-2018

Sektor	Jumlah		
	2016	2017	2018
Pertanian	5.076	4.619	5.723
Pertambangan	477	446	467
Pengolahan	6.902	4.739	5.327
Listrik	518	493	513
Bangunan	1.536	1.484	1.490
Perdagangan	11.445	11.262	11.595
Komunikasi	551	538	564
Jasa	2.278	2.084	2.193
Keuangan	460	434	312
Jumlah	29.236 (11%)	26.112	28.384 (8%)

Namun jika melihat pesatnya perkembangan UKM, mereka belum menyadari bahwa pelanggan UKM tidak hanya pembeli lokal, tetapi juga pembeli dari negara-negara ASEAN. Hal tersebut tentunya menuntut UKM Indonesia untuk memiliki kemampuan bahasa Inggris yang baik agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal sesuai kebutuhan pasar. Untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada, pelaku UMKM tidak bisa lagi hanya mengandalkan pelanggan lokal dan menerapkan strategi bertahan hidup. Pelaku UMKM harus mampu lebih kompetitif dalam mengembangkan usahanya dan memanfaatkan peluang yang ada. Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang tentunya dalam bahasa Inggris menuntut para pelaku UMKM untuk mahir berbahasa Inggris untuk mempelajari dan memanfaatkan teknologi dan ilmu pengetahuan tersebut untuk mengembangkan usahanya. Dengan dominasi bahasa Inggris diharapkan dapat meningkatkan daya tawar masyarakat Indonesia dan pelaku UMKM (Rianto dkk., 2015).

Berdasarkan fakta di atas, salah satu prasyarat bagi UMKM adalah pengetahuan bahasa asing, salah satunya bahasa Inggris. Peran bahasa Inggris sangat penting dalam pengembangan UMKM. Bahasa Inggris sangat penting bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya karena pelaku UMKM perlu berjualan secara online. Di era digital, dimana batas wilayah sudah tidak ada lagi, penguasaan bahasa Inggris sangatlah penting. Selain itu, bagi para pebisnis seperti UMKM, penguasaan bahasa Inggris sangatlah penting, apalagi bahasa Inggris untuk dunia usaha. Dengan menguasai bahasa Inggris, para pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan kemampuan negosiasinya.

BAHAN DAN METODE

Program PkM ini dilaksanakan melalui metode pelatihan dan pembinaan. Kedua cara ini dipilih mengingat kesibukan sehari-hari para pelaku UMKM. Metode pelatihan dapat diterapkan pada lingkungan pembangunan PLUT Subang dan metode pendampingan dapat diterapkan pada saat pegiat UMKM sedang bertugas di tempat operasinya di kawasan pariwisata. Oleh karena itu, penguatan kompetensi tersebut diharapkan tidak mengganggu aktivitas bisnis mereka sehari-hari. Karena penelitian dilaksanakan secara terorganisir dan mempunyai beberapa prosedur, maka program PkM ini juga dilaksanakan sesuai prosedur tata kerja yang direncanakan. Urutan langkah yang direncanakan dalam pelaksanaan program PkM terdiri atas beberapa tahap, yaitu. persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan pemantauan.

Program PkM ini fokus pada pengembangan kemampuan bahasa Inggris para pelaku UMKM di Kabupaten Subang. Kemampuan tersebut dikembangkan untuk mendukung kemampuan memberikan layanan kepada pembeli asing baik secara online maupun tatap muka. Penguasaan keterampilan tersebut diharapkan dapat menunjang pengembangan perekonomian dan pariwisata Kabupaten Subang. Penguatan kemampuan berbahasa Inggris UMKM dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan yang pelaksanaannya menggunakan pendekatan *Pan-Language*. Pendekatan ini dapat digunakan dalam pembelajaran bahasa, termasuk pembelajaran bahasa Inggris (Perez, 1994). Pendekatan ini mengikuti prinsip bahwa pembelajaran bahasa dapat lebih bermakna dan umumnya lebih mudah dipahami jika dimulai dari bagian terbesar yang mempunyai fungsi komunikatif dalam konteks nyata, sedangkan jika dimulai dari unit terkecil cenderung bersifat abstrak (Cavner dan Gould, 2003). Sehubungan dengan prinsip tersebut, penguatan kemampuan bahasa Inggris UMKM dimediasi dengan pendekatan *Whole Language*. Tujuannya adalah untuk memberikan pembelajaran kepada kelompok sasaran secara lebih signifikan dan penerapannya kepada para pengusaha UMKM yang berpengalaman dalam kegiatan usahanya. Selain itu, pendekatan ini dapat digunakan dalam pembelajaran bahasa dan mengikuti prinsip bahwa pembelajaran dan perolehan bahasa yang bermakna dicapai dengan menyajikan penggunaan bahasa dalam konteks nyata yang disajikan secara keseluruhan (Bergeron, 1990). Makna umum dalam konteks ini adalah penyajian pembelajaran dari bagian pokok penyajian bahasa (ucapan dalam konteks nyata yang mempunyai fungsi komunikatif) ke bagian-bagian kecil (seperti kata, morfem, dan bunyi) atau prinsip ini dikenal dengan istilah keseluruhan (Cavner dan Gould, 2003). Prinsip ini dapat direkomendasikan karena pembelajaran akan lebih bermakna bila disajikan secara

keseluruhan, namun bila disajikan dari sebagian ke keseluruhan menjadi abstrak (Perez, 1994).

Pendekatan bahasa utuh dipilih karena situasi kerja para pelaku UMKM memungkinkan *English for Business* digunakan sebagai sarana pembelajaran bahasa Inggris. Hal ini juga merupakan ciri dari pendekatan bahasa secara keseluruhan, termasuk pembelajaran yang terjadi secara otentik dalam konteks nyata (Perez, 1994) dan terjadi secara kolaboratif melalui interaksi (Cavner dan Gould, 2003). Kondisi ini memungkinkan polisi wisata untuk melaksanakannya, karena selalu berinteraksi dengan wisatawan dan situasi kerja yang biasa dilakukan secara berkelompok. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkonfirmasi dampak positif pendekatan bahasa utuh terhadap pembelajaran bahasa, termasuk pendekatan bahasa utuh yang dapat membantu siswa memperoleh keterampilan membaca dan menulis dalam pendidikan formal (Perez, 1994); dan pendekatan bahasa menyeluruh dapat membantu siswa dengan ketidakmampuan belajar mempelajari keterampilan membaca (McKenna dan Violato, 2003). Kedua penelitian tersebut dilakukan dalam konteks pendidikan formal. Namun, program PkM ini menerapkan pendekatan bahasa utuh pada konteks di luar pendidikan formal, sehingga hasil penerapannya dapat digunakan untuk memperkaya pendidikan umum dan pembelajaran bahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana dipaparkan pada pendahuluan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki beberapa target yang diharapkan dapat tercapai. Beberapa target tersebut yaitu meningkatnya penguasaan kosa kata, mendengarkan, membaca, mengucapkan, bahasa Inggris untuk *business*, baik lisan maupun tulisan, dengan cakupan materi *Greetings, Introducing Yourself, Personal contacts, Telephoning (texting, chatting) Marketing and sales, dan Structural Conversation*. Ketercapaian masing-masing target dipaparkan di bawah ini.

Target (1) Terdapat peningkatan yang signifikan, walaupun target ketercapaian belum sepenuhnya tercapai. Hal tersebut dapat terlihat dari hasil evaluasi bahwa khalayak sasaran belum sepenuhnya menguasai kosa kata yang telah dilatihkan. Kemampuan kosa kata bahasa Inggris untuk *Business* yang cenderung naik yakni dari 50,4 menjadi 72,2.

Target (2). Terdapat peningkatan yang belum signifikan, sehingga target ketercapaian belum sepenuhnya tercapai. Hal tersebut dapat terlihat dari hasil evaluasi bahwa khalayak sasaran belum sepenuhnya mampu meningkatkan keterampilan mendengarkan yang telah

dilatihkan. Walaupun begitu, kemampuan mendengarkan bahasa Inggris untuk *Business* cenderung naik dari 48,3 menjadi 65,1.

Target (3). Terdapat peningkatan yang signifikan, walaupun target ketercapaian belum sepenuhnya tercapai. Hal tersebut dapat terlihat dari hasil evaluasi bahwa khalayak sasaran belum sepenuhnya meningkatkan kemampuan membaca yang telah dilatihkan. Kemampuan membaca bahasa Inggris untuk *Business* cenderung naik dari 67,6 menjadi 70,3.

Target (4). Terdapat peningkatan yang belum signifikan, sehingga target ketercapaian belum sepenuhnya tercapai. Hal tersebut dapat terlihat dari hasil evaluasi bahwa khalayak sasaran belum sepenuhnya mampu meningkatkan kemampuan menulis (*Texting, Chatting*) yang telah dilatihkan. Walaupun begitu, kemampuan menulis (*Texting, Chatting*) bahasa Inggris untuk *Business* yang cenderung naik dari 55,2 menjadi 67,4.

Target (5). Terdapat peningkatan yang signifikan, walaupun target ketercapaian belum sepenuhnya tercapai. Hal tersebut dapat terlihat dari hasil evaluasi bahwa khalayak sasaran belum sepenuhnya mampu meningkatkan keterampilan mengucapkan yang telah dilatihkan. Walaupun begitu kemampuan pengucapan bahasa Inggris untuk *Business* cenderung naik dari 60,1 menjadi 70,8. Hasil di atas tergambaran seperti pada tabel 2.

Tabel 2. Ketercapaian Target Pelatihan

No.	Tujuan Pelatihan	(-)Pelatihan	(+)Pelatihan
1.	Kemampuan kosa kata bahasa Inggris untuk <i>Business</i>	50,4	72,2
2.	Kemampuan mendengarkan	48,3	65,1
3.	Kemampuan membaca	67,6	70,3
4.	Kemampuan menulis (<i>texting, chatting</i>)	55,2	67,4
5.	Kemampuan mengucapkan	60,01	70,8

KESIMPULAN DAN SARAN

Upaya yang ditempuh tim pelaksana dalam mengatasi permasalahan yang muncul di lapangan ialah dengan cara memberikan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kemampuan bahasa Inggris untuk *Business* bagi para pelaku UMKM di Kabupaten Subang. Penguasaan kompetensi dasar Bahasa Inggris diharapkan mampu memperluas pemasaran dari yang awalnya lokal menjadi internasional. Peran kemampuan berbahasa Inggris sangat penting dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Bahasa Inggris menjadi sangat penting bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya karena pelaku UMKM perlu berjualan secara online. Di era digital, dimana batas wilayah sudah tidak ada lagi, penguasaan bahasa Inggris sangatlah penting. Selain itu, bagi para pebisnis seperti UMKM, penguasaan bahasa Inggris sangatlah

penting, apalagi bahasa Inggris untuk dunia usaha. Dengan menguasai bahasa Inggris, para pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan kemampuan negosiasinya.

Secara umum, kegiatan PkM ini dapat dikatakan berhasil meskipun menghadapi beberapa kendala. Beberapa saran diajukan bagi pelaksanaan kegiatan serupa agar dapat meminimalisir kendala yang dihadapi dan agar kegiatan dapat berlangsung lebih efektif. Saran-saran tersebut di antaranya pelatihan dilakukan pada waktu *weekdays* sebab pada waktu weekend para peserta sangat sibuk dengan berbagai macam kegiatan pemasaran produknya. Sehingga diharapkan para peserta akan lebih fokus dengan kegiatan pelatihannya; jumlah peserta agar diperbanyak, sehingga peluang transfer ilmu dapat diperluas; pelaksanaan pelatihan secara lintas sektoral, sehingga para penggiat UMKM yang lainnya termotivasi dan ikut pelatihan pada termin-termin berikutnya.

Beberapa rekomendasi juga ditujukan baik kepada pihak pelaksana, mitra, maupun peserta. Rekomendasi bagi pelaksana yakni terkait dengan anggaran. Realisasi anggaran yang tepat waktu dapat meningkatkan ketercapaian target secara lebih cepat. Rekomendasi bagi mitra yakni terkait penyediaan waktu pelatihan. Rekomendasi bagi peserta yakni terkait konsistensi belajar. Ketiga hal tersebut dapat mendukung keberhasilan pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ati, N. P., Bagia, I. W., & Suwendra, I. W. (2014). Analisis penurunan pendapatan sektor pariwisata sebuah kajian dari perspektif manajemen keuangan. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1).
- Bergeron, S. (1990). What does the term whole language mean? Constructing a definition from the literature. *Journal of Reading Behavior*, 22(4), 301-329.
- Brown, T. (2011). Are you a digital native or a digital immigrant? Being client centred in the digital era. *Official Journal of The College of Occupational Therapists*, 74(7), 313.
- Cavner, D., & Gould, E. (2003). Whole language in the music classroom: part I of 2. *Music Educators Journal*, 39-44.
- Chuma, W. (2014). The social meanings of mobile phones among South Africa's 'digital natives': a case study. *Media, Culture & Society*, 36(3), 398-408. doi:10.1177/0163443713517482
- Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang
- Instruksi Presiden Republik Indonesia No.16 Tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata Presiden Republik Indonesia
- Jr, A. J., & Berge, Z. (2011). Digital natives and digital immigrants: getting to know each other. *Industrial and Commercial Training*, 43(7), 460-466.
- Margaret, M. (2017). Implementasi peran dan fungsi satuan polisi pariwisata POLDA Metro Jaya. *Deviance: Jurnal Kriminologi*, 1(1), 25-43.
- Perez, B. (1994). Spanish literacy development: a descriptive study of four bilingual whole-language classrooms. *Journal of Reading Behavior*, 26(1), 75-94.

- Priyanto, I. M., Putra, I. M., Putri, I. G., Suryadi, N. P., Negara, I. P., & Kurnia, A. A. (2015). *Efektifitas peran polisi pariwisata dalam penanggulangan kejahatan di bidang pariwisata pada wilayah hukum kepolisian daerah provinsi Bali*. Bali: Universitas Udayana.
- 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>.
- Santika, I. J. (2015). Persepsi wisatawan terhadap polisi pariwisata di Direktorat Pengamanan Objek Vital Dit Pam Obvit Polda Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2(2), 1-16.
- 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/seribuUMKM-ditarget-naik-kelas>
- Waluyo, J. E. (2013). *Implementasi sapta pesona pada usaha pariwisata di kota Bandung*. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Way, I. H., Wuisang, C. E., & Supardjo, S. (2016). Analisis kebutuhan prasarana dan sarana pariwisata di Danau Uter kecamatan Aitinyo kabupaten Maybrat propinsi Papua Barat. *Spasial*, 3(3), 27-37.