

Teaching Business English Correspondence for Export-Oriented SMEs

Eriklex Donald¹, Irma Rahmawati², Lutfi Alhazami^{1,*}

¹Prodi Manajemen, Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia

²Prodi Sastra Inggris, Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia

Email: ¹eriklex.donald@undira.ac.id, ²irma.rahmawati@undira.ac.id, ³lutfi.alhazami@undira.ac.id

Email Penulis Korespondensi: lutfi.alhazami@undira.ac.id

Abstrak-Pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mengembangkan kompetensi bisnis dan bahasa Inggris wirausaha di kalangan UMKM yang melakukan Ekspor. Pengusaha yang dipilih adalah Pengusaha Industri Kecil dan Menengah binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tomohon. Mitra pengabdian pada masyarakat adalah 1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado. 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tomohon 3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bitung 4. Asosiasi Pengusaha Inovatif Kreatif 5. Universitas Dian Nusantara Export-Import Center. Dari analisis situasi yang dilakukan nampak bahwa permasalahan yang dihadapi mitra adalah kurangnya kemampuan bahasa Inggris dan korespondensi dalam bahasa Inggris karena anggapan dasar bahwa Bahasa Inggris adalah pelajaran yang sulit. Dari pretest yang dilakukan ada beberapa materi dasar bisnis yang sulit dipahami khususnya reading, kurang mengerti topic, main idea, dan menjawab WH Question serta kurang fokusnya pengusaha dalam mengikuti proses pembelajaran. Pengajaran menggunakan pendekatan komunikasi persuasif motivasional, diadakan tes awal, pengajaran topic, main idea, dan WH Question dengan pengayaan materi. Setelah proses treatment tersebut diadakan tes evaluasi (post test) yang menampakkan hasil bahwa pengusaha mulai termotivasi belajar Bahasa Inggris, fokus dan mandiri dengan hasil tes rata-rata nilai bagus. Kontribusi dan manfaat yang diperoleh khalayak sasaran adalah motivasi belajar Reading, fokus dan mandiri dalam belajar bahasa Inggris untuk mendukung korespondensi untuk ekspor.

Kata Kunci: Pembelajaran Bahasa; Komunikasi Persuasif; Motivasional; Ekspor; Manajemen; Treatment Pengabdian

Abstract-This community service is carried out to develop business competence and entrepreneurial English among MSMEs who carry out exports. The entrepreneurs selected are Small and Medium Industrial Entrepreneurs assisted by the Tomohon City Industry and Trade Service. Community service partners are 1. Manado City Industry and Trade Service. 2. Tomohon City Industry and Trade Service 3. Bitung City Industry and Trade Service 4. Creative Innovative Entrepreneurs Association 5. Dian Nusantara University Export-Import Center. From the situation analysis carried out, it appears that the problem faced by partners is a lack of English language skills and correspondence in English because of the basic assumption that English is a difficult subject. From the pretest carried out there were several basic business materials that were difficult to understand, especially reading, lack of understanding of topics, main ideas, and answering WH Questions as well as entrepreneurs' lack of focus in following the learning process. Teaching uses a motivational persuasive communication approach, holding initial tests, teaching topics, main ideas, and WH Questions with material enrichment. After the treatment process, an evaluation test (post test) was held which showed that the entrepreneurs were starting to be motivated to learn English, focused and independent with good average test results. The contributions and benefits obtained by the target audience are motivation to learn Reading, focus and independence in learning English to support correspondence for export.

Keywords: Language Learning; Persuasive Communication; Motivational; Export; Management; Devotion Treatment

1. PENDAHULUAN

Pengajaran korespondensi bisnis Bahasa Inggris untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berorientasi ekspor di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado menjadi langkah yang strategis untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku bisnis lokal dalam pasar global. Korespondensi bisnis Bahasa Inggris bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah keterampilan penting yang dapat membantu pelaku bisnis dalam mengembangkan hubungan dengan mitra bisnis internasional, meningkatkan peluang ekspor, dan mencapai kesuksesan dalam pasar global. Tujuan dari korespondensi bisnis adalah digunakan untuk membuka peluang bisnis baru, menghubungi calon pelanggan, dan menjalin kerja sama dengan mitra bisnis internasional (Guffey & Loewy, 2019). Melalui email atau surat resmi, UKM dapat melakukan negosiasi harga, syarat pembayaran, dan persyaratan lainnya. Korespondensi bisnis menggunakan bahasa yang formal dan profesional. Pada kegiatan ini pengabdian menghindari penggunaan slang atau bahasa kasual yang mungkin tidak sesuai dalam konteks bisnis. UKM perlu memahami struktur dan tata cara penulisan surat resmi, termasuk bagaimana menyusun salam, paragraf utama, dan penutup. Penggunaan email yang efektif termasuk subjek yang jelas, isi yang ringkas namun informatif, dan tanda-tangan yang profesional (Swales & Feak, 2012). UKM perlu menguasai kosakata bisnis internasional seperti Incoterms, letter of credit, dan shipping terms serta istilah-istilah produk dan industri yang sesuai dengan bisnis UKM (Morrison, 2014).

Kota Manado, sebagai pusat kegiatan ekonomi di Sulawesi Utara, memberikan peluang yang signifikan bagi UKM untuk mengembangkan potensi ekspor mereka. Kota Manado, sebagai pusat kegiatan ekonomi di Sulawesi Utara, memegang peran strategis dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di wilayah tersebut. Sebagai kota terbesar dan ibu kota provinsi, Manado memiliki sejumlah karakteristik yang membuatnya menjadi pusat perhatian dalam dunia ekonomi regional. Kota Manado berdekatan dengan Pelabuhan Internasional

Bitung, yang menjadi gerbang utama perdagangan internasional di Sulawesi Utara. Pelabuhan ini memberikan akses yang strategis untuk ekspor dan impor, mendukung aktivitas perdagangan dan distribusi barang. Wilayah Sulawesi Utara, termasuk Manado, kaya akan sumber daya alam seperti hasil perikanan, pertanian, dan tambang. Keanekaragaman ini menciptakan peluang ekonomi yang signifikan, terutama dalam sektor agribisnis dan industri pengolahan. Pemerintah setempat memberikan perhatian khusus pada pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai motor penggerak ekonomi. Inisiatif ini mencakup dukungan untuk pengembangan keterampilan dan peningkatan akses pasar bagi UKM. Pemerintah Kota Manado secara aktif terlibat dalam merancang kebijakan dan program ekonomi yang mendukung pertumbuhan sektor-sektor strategis. Kolaborasi antara sektor swasta dan pemerintah bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado mengakui pentingnya keterampilan bahasa Inggris dalam menjalin hubungan bisnis internasional. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado menyadari bahwa keterampilan bahasa Inggris menjadi elemen kunci dalam mendukung pertumbuhan dan keberhasilan pelaku bisnis lokal di era globalisasi. Pengakuan ini mencerminkan pemahaman akan peran vital bahasa Inggris dalam memfasilitasi interaksi bisnis internasional, membuka peluang ekspor, serta meningkatkan daya saing perusahaan lokal. Beberapa alasan mengapa Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado mengakui pentingnya keterampilan bahasa Inggris. Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang umum digunakan dalam perdagangan dan bisnis global. Dengan menguasai bahasa ini, pelaku bisnis Kota Manado dapat dengan mudah terhubung dengan mitra bisnis dari berbagai negara (Murphy, 2017). Dalam menjalin hubungan bisnis internasional, korespondensi bisnis melalui surat, email, dan dokumen formal sering kali menggunakan bahasa Inggris. Keterampilan bahasa Inggris yang baik memungkinkan pelaku bisnis untuk berkomunikasi dengan jelas dan profesional (Perrin, 2016). Proses negosiasi dan presentasi, baik secara langsung maupun melalui platform virtual, seringkali membutuhkan penggunaan bahasa Inggris (ober, 2016). Kemampuan berbicara dan bernegosiasi dengan lancar dalam bahasa ini dapat meningkatkan kepercayaan mitra bisnis (Thill & Bovee, 2015). Event bisnis internasional, seperti pameran perdagangan atau konferensi, umumnya menggunakan bahasa Inggris. Kemampuan untuk berpartisipasi aktif dalam acara-acara ini membuka peluang untuk memperluas jaringan dan mencari peluang bisnis. Penguasaan bahasa Inggris tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga menjadi elemen penentu daya saing perusahaan. Perusahaan yang dapat berkomunikasi dalam bahasa global memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar internasional.

Kegiatan Pengabdian ini didesain khusus untuk memberikan dukungan kepada pelaku bisnis lokal agar mampu berkomunikasi secara efektif dengan mitra bisnis internasional, mengoptimalkan potensi ekspor, dan mencapai keberhasilan di pasar global yang kompetitif. Melalui kerjasama antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado dengan para pengajar yang berkualitas, modul ini akan memberikan pemahaman mendalam tentang korespondensi bisnis dalam bahasa Inggris yang sesuai dengan kebutuhan dan realitas bisnis lokal. Pengabdian ini membahas aspek-aspek kritis, mulai dari pengenalan istilah perdagangan internasional, dokumen ekspor, hingga keterampilan berkomunikasi yang diperlukan dalam proses negosiasi. Pentingnya pemahaman akan logistik dan ketentuan pengiriman dalam ekspor juga akan menjadi fokus, mengingat peran pentingnya dalam memastikan keberlanjutan dan keberhasilan transaksi bisnis. Keterampilan ini tidak hanya akan memberikan keunggulan kompetitif bagi UKM, tetapi juga akan menciptakan pondasi yang kokoh bagi pengembangan ekonomi lokal. Dengan menggabungkan teori, latihan praktis, dan kajian kasus yang relevan dengan konteks Kota Manado, Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan memberikan manfaat konkret bagi pelaku bisnis lokal dalam memasuki dan berhasil beroperasi di pasar global. Mari bersama-sama menjelajahi potensi ekspor UKM di Kota Manado melalui pemahaman mendalam tentang korespondensi bisnis Bahasa Inggris.

2. METODE PELAKSANAAN

Persiapan dan perencanaan yang matang adalah pondasi keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga kegiatan tersebut berjalan dengan yang diharapkan. Persiapan dan perencanaan yang dilakukan yaitu :

1. Melakukan observasi lokasi kegiatan dan berkoordinasi dengan pihak terkait untuk meminta izin pelaksanaan pengabdian.
2. Menyusun usulan proposal kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang selanjutnya diserahkan kepada dengan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Dian Nusantara dan Mitra untuk ditinjau kelayakan proposal kegiatan.
3. Setelah usulan proposal diterima selanjutnya melakukan koordinasi dengan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Dian Nusantara untuk persetujuan pelaksanaan kegiatan.
4. Melakukan konfirmasi dan izin kepada pihak mitra mengenai pelaksanaan kegiatan.
5. Berkoordinasi dengan anggota dan pihak mitra untuk mempersiapkan kebutuhan, materi pendampingan, hal-hal yang mendukung kegiatan pengabdian.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan melalui serangkaian langkah. Tahap awal adalah

pengumpulan data untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado serta Universitas Dian Nusantara selaku peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Selanjutnya, dilakukan kunjungan ke lokasi, Langkah berikutnya adalah mengajukan proposal kepada pihak terkait untuk meminta izin pelaksanaan workshop dan pelatihan kepada Pengusaha Industri Kecil dan Menengah yang bersedia. Kami juga menentukan jumlah peserta, jadwal, serta lokasi pelatihan, sambil mempersiapkan peralatan yang diperlukan. Selama pelaksanaan kegiatan, kami memonitor setiap langkah yang telah kami persiapkan dan menyediakan sesi tanya jawab agar peserta dapat mendalami pengetahuan yang disampaikan oleh pemateri. Evaluasi dilakukan dengan mereview pencapaian pembelajaran dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk lebih mendalami materi yang telah disampaikan oleh pemateri. Hasil dari kegiatan ini akan disusun dalam sebuah laporan ilmiah sebagai bukti dan pencapaian dari pelatihan yang kami berikan kepada peserta yang bersangkutan. Berikut adalah langkah tentang bagaimana proses pengabdian dilakukan (Nunan, 1991):

1. Pengenalan Bisnis Ekspor:
 - a. Pembangunan Kosakata:
 - 1) Istilah dan frasa ekspor kunci.
 - 2) Kata-kata khusus industri yang sering digunakan.
 - b. Memahami Proses Ekspor:
 - 1) Dokumentasi yang terlibat dalam ekspor.
 - 2) Peraturan dan kepatuhan.
2. Menulis Email Resmi:
 - a. Salam dan Pengantar:
 - 1) Salam dan pengantar yang sesuai.
 - 2) Tingkat formalitas dalam budaya yang berbeda.
 - b. Meminta Informasi:
 - 1) Menyusun email untuk meminta detail produk.
 - 2) Menanyakan klarifikasi tentang syarat pengiriman.
 - c. Penempatan Pesanan:
 - 1) Menulis pesanan pembelian secara profesional.
 - 2) Mengonfirmasi pesanan dan memastikan kejelasan.
 - d. Keterampilan Negosiasi:
 - 1) Bahasa untuk bernegosiasi mengenai syarat dan harga.
 - 2) Menangani tawaran balik dan kompromi.
3. Menangani Pertanyaan dan Penawaran:
 - a. Menanggapi Pertanyaan:
 - 1) Menanggapi pembeli potensial dengan baik.
 - 2) Memberikan informasi produk yang detail.
 - b. Penulisan Penawaran:
 - 1) Merumuskan penawaran yang jelas dan ringkas.
 - 2) Menjelaskan syarat pembayaran dan pengiriman.
4. Logistik dan Pengiriman:
 - a. Mengatur Pengiriman:
 - 1) Korespondensi terkait logistik.
 - 2) Berkomunikasi dengan agen pengiriman.
 - b. Pelacakan dan Konfirmasi:
 - 1) Mengkonfirmasi detail pengiriman.
 - 2) Menangani keterlambatan dan keadaan tak terduga.
5. Menangani Masalah dan Keluhan:
 - a. Bahasa Penyelesaian Masalah:
 - 1) Menanggapi kekhawatiran pelanggan secara profesional.
 - 2) Menawarkan solusi dan alternatif.
 - b. Jaminan Kualitas:
 - 1) Korespondensi terkait kualitas produk.
 - 2) Menangani pengembalian dan penggantian.
6. Sensitivitas Budaya:
 - a. Memahami Perbedaan Budaya:
 - 1) Kesopanan dan etiket dalam budaya yang berbeda.
 - 2) Menyesuaikan komunikasi dengan lingkungan bisnis yang beragam.
7. Latihan Praktis:
 - a. Skenario Bisnis Simulasi:

- 1) Latihan peran untuk situasi dunia nyata.
- 2) Menulis email dan tanggapan di dalam kelas.
8. Studi Kasus dan Contoh:
 - a. Contoh Dunia Nyata:
 - 1) Menganalisis korespondensi bisnis aktual.
 - 2) Menarik pelajaran dari kasus yang berhasil dan yang tidak berhasil.
9. Peran Teknologi:
 - a. Menggunakan Template Email:
 - 1) Menciptakan dan menggunakan template standar.
 - 2) Peran teknologi dalam komunikasi yang efisien.
10. Penilaian dan Umpan Balik:
 - a. Tugas Tulis:
 - 1) Memberikan tugas untuk menerapkan keterampilan yang telah dipelajari.
 - 2) Memberikan umpan balik yang konstruktif.

2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2007 tentang Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sekelompok bisnis yang memiliki karakteristik khusus berdasarkan skala dan omsetnya. Kriteria atau definisi UMKM dapat berbeda-beda di setiap negara, tergantung pada regulasi yang berlaku. Secara umum, UMKM terdiri dari tiga kategori utama:

1. Usaha Mikro (UM)

Kriteria:

Jumlah karyawan kurang dari 5 orang (kadang termasuk pemilik usaha). Omset tahunan atau nilai kekayaan bersih tidak melebihi batas tertentu. Contoh:

Warung makan kecil, toko kelontong, usaha kerajinan tangan rumahan.

2. Usaha Kecil (UK)

Kriteria:

Jumlah karyawan antara 5 hingga 19 orang (kadang termasuk pemilik usaha). Omset tahunan atau nilai kekayaan bersih tertentu, namun masih di bawah batas tertentu yang lebih tinggi dibandingkan Usaha Mikro. Contoh:

Toko pakaian kecil, bengkel mobil, restoran berskala kecil.

3. Usaha Menengah (UM)

Kriteria:

Jumlah karyawan antara 20 hingga 99 orang (kadang termasuk pemilik usaha). Omset tahunan atau nilai kekayaan bersih tertentu, namun masih di bawah batas tertentu yang lebih tinggi dibandingkan Usaha Kecil. Contoh:

Pabrik kecil, distributor regional, restoran atau hotel berskala menengah.

UMKM memainkan peran penting dalam ekonomi, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, mendukung perkembangan ekonomi lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan sektor swasta sering kali memberikan dukungan khusus, baik dalam bentuk kebijakan, pelatihan, atau pembiayaan, untuk membantu pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Business Correspondence

Bahasa Inggris "correspondence" merujuk pada pertukaran komunikasi tertulis antara dua pihak atau lebih. Dalam konteks bisnis atau profesional, korespondensi sering kali merujuk pada surat, email, atau dokumen-dokumen tertulis lainnya yang digunakan untuk berkomunikasi atau bertukar informasi antara individu, perusahaan, atau entitas bisnis (Smith, 2020). Sebagai contoh, "business correspondence" (korespondensi bisnis) mencakup segala bentuk komunikasi tertulis yang terjadi dalam konteks dunia bisnis. Ini dapat melibatkan surat penawaran, email negosiasi, kontrak, laporan bisnis, dan dokumen-dokumen lain yang digunakan dalam berbagai aspek operasional dan transaksi bisnis. Kemampuan untuk menggunakan bahasa Inggris dengan baik dalam korespondensi bisnis penting karena dapat memengaruhi citra profesional, membantu menjaga hubungan bisnis yang baik, dan memberikan kesan positif terhadap penerima pesan (Brown & Levinson, 1987). Koresponden bisnis yang efektif dapat mengomunikasikan ide, informasi, atau permintaan dengan jelas dan tepat (Tardy, 2011).

2.2 Manajemen Ekspor

Menurut Cambra et al (2015) Ekspor merujuk pada kegiatan mengirimkan barang, produk, atau jasa dari suatu negara ke negara lain, biasanya untuk tujuan perdagangan internasional. Ekspor adalah kegiatan perdagangan di mana suatu negara mengirim barang dan jasa ke negara lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan ekonomi (Carbaugh, 2019). Ekspor melibatkan penjualan barang atau jasa oleh produsen atau penyedia jasa di satu negara

kepada konsumen, bisnis, atau pemerintah di negara lain (Krugman & Obstfeld). Aktivitas ekspor memiliki dampak besar pada perekonomian suatu negara dan dapat menjadi salah satu sumber pendapatan yang signifikan (Madura, 2008). Beberapa poin kunci tentang ekspor melibatkan (Paul & Battacharya, 2014):

Penjualan ke Pasar Internasional: Ekspor melibatkan penjualan barang atau jasa di pasar internasional. Ini dapat mencakup produk fisik, seperti barang manufaktur atau hasil pertanian, atau jasa, seperti konsultasi atau layanan pendidikan. **Peningkatan Ekonomi Negara:** Aktivitas ekspor dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dengan menjual produk atau jasa ke pasar internasional, negara dapat meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja. **Perdagangan Internasional:** Ekspor adalah bagian dari sistem perdagangan internasional yang melibatkan pertukaran barang dan jasa antara negara-negara di seluruh dunia (Czinkota et al., 2009). Ini memungkinkan adanya hubungan ekonomi yang erat antarbangsa. **Pentingnya dalam Neraca Perdagangan:** Ekspor dan impor merupakan komponen utama dalam neraca perdagangan suatu negara. Surplus perdagangan, yaitu kelebihan ekspor atas impor, dapat membantu memperkuat mata uang suatu negara. **Faktor Penentu Keberhasilan Ekspor:** Keberhasilan ekspor dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, strategi pemasaran, pemahaman terhadap persyaratan pasar asing, dan kebijakan perdagangan internasional (Yates & Orlikowski).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pengajaran Bahasa Inggris Bisnis untuk UMKM berorientasi ekspor telah memberikan hasil yang signifikan. Berikut adalah hasil implementasi yang dapat diidentifikasi:

1. **Peningkatan Keterampilan Bahasa Inggris:**
Peserta pelatihan, yang sebagian besar merupakan pemilik atau pekerja UMKM, melaporkan peningkatan signifikan dalam keterampilan berbahasa Inggris. Mereka lebih percaya diri dalam menggunakan bahasa Inggris dalam konteks bisnis, terutama dalam penulisan surat, email, dan dokumen bisnis.
2. **Penggunaan Bahasa Inggris dalam Korespondensi Bisnis:**
Terjadi pergeseran positif dalam penggunaan bahasa Inggris dalam korespondensi bisnis. Peserta melaporkan bahwa mereka lebih mampu menulis surat penawaran, proposal, dan email bisnis dengan lebih efektif dan profesional.
3. **Peningkatan Kualitas Korespondensi Bisnis:**
Kualitas korespondensi bisnis yang dihasilkan oleh UMKM yang terlibat dalam program pengabdian meningkat. Surat-surat dan email bisnis menjadi lebih terstruktur, jelas, dan sesuai dengan standar internasional.
4. **Peningkatan Jangkauan Pasar Ekspor:**
Beberapa UMKM melaporkan peningkatan dalam kemampuan mereka untuk berkomunikasi dengan mitra bisnis internasional. Hal ini membantu dalam meningkatkan jangkauan pasar ekspor dan membangun hubungan bisnis yang lebih kokoh.
5. **Pemberdayaan UMKM:**
UMKM yang terlibat merasa lebih diberdayakan dalam menghadapi tantangan komunikasi lintas budaya dalam bisnis internasional. Mereka mampu beradaptasi dengan lebih baik terhadap kebutuhan dan harapan pasar global.

3.2 Pembahasan

Peningkatan keterampilan bahasa Inggris di kalangan UMKM berorientasi ekspor membawa dampak positif secara menyeluruh. Penggunaan bahasa Inggris yang efektif dalam korespondensi bisnis menjadi kunci keberhasilan dalam memasuki pasar internasional. Hasil ini menunjukkan bahwa pemberdayaan melalui pendidikan bahasa Inggris secara khusus untuk kebutuhan bisnis dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di era globalisasi. Selain itu, kemitraan antara pendidikan tinggi, UMKM, dan pemerintah membentuk landasan yang kuat untuk pengembangan ekonomi dan peningkatan daya saing di tingkat lokal dan global.

Pelaksanaan program pelatihan ini berlangsung selama 1 hari pada tanggal 31 Juli 2023. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di Sekar Handycraft yang bertempat di Gg. Bersama, Kel. Baru Ladang Bambu, Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara.



Gambar 1. Proses Pelatihan



Gambar 2. Foto Bersama dengan Pengusaha Kecil dan Menengah

3.2 Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur dampak dan efektivitas penerapan bahasa Inggris pada bisnis ekspor dalam upaya meningkatkan literasi bahasa Inggris pengusaha. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk menilai sejauh mana transfer ilmu yang diberikan kepada peserta dalam mempelajari penerapan korespondensi bisnis dalam bahasa Inggris telah mencapai kualifikasi yang diharapkan dan apakah tujuan pembelajaran telah terpenuhi. Langkah-langkah yang diambil dalam tahap evaluasi ini melibatkan para pemberi materi. Para tim pemberi materi diberi kesempatan untuk mempraktikkan konsep-konsep yang telah diajarkan kepada peserta dan mengatasi setiap kesulitan yang mungkin muncul selama proses pembelajaran. Selain itu, mahasiswa juga berperan dalam membagi kelompok secara merata, membantu peserta lainnya, dan memfasilitasi proses transfer ilmu yang telah disampaikan oleh pihak pemberi materi. Melalui kegiatan evaluasi ini, diharapkan dapat terlihat sejauh mana penerapan korespondensi bisnis dalam bahasa Inggris telah berdampak positif terhadap peningkatan penggunaan bahasa Inggris UMKM binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Manado.

4. KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada pengajaran Bahasa Inggris Bisnis untuk UMKM berorientasi ekspor membuktikan dampak positif yang signifikan. Kegiatan ini tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan berbahasa Inggris para pelaku usaha kecil dan menengah, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap kemajuan bisnis mereka dalam konteks perdagangan internasional. Temuan Utama: Peningkatan Keterampilan Bahasa Inggris: Program berhasil meningkatkan keterampilan berbahasa Inggris peserta, membantu mereka merancang dan menyusun korespondensi bisnis dengan lebih percaya diri dan profesional. Kualitas Korespondensi Bisnis yang Meningkatkan: Peserta melaporkan peningkatan kualitas korespondensi bisnis mereka, yang tercermin dalam surat penawaran, proposal, dan email bisnis yang lebih terstruktur dan sesuai dengan standar internasional. Dampak Positif pada Jangkauan Pasar Ekspor: Kegiatan Pengabdian ini membantu UMKM untuk lebih efektif berkomunikasi dengan mitra bisnis internasional, membuka peluang baru dan memperluas jangkauan pasar ekspor. Pemberdayaan UMKM: Peserta merasa lebih diberdayakan dalam mengatasi tantangan komunikasi lintas budaya dalam bisnis internasional, meningkatkan kapasitas mereka untuk bersaing di pasar global. Implikasi dan Rekomendasi: Langkah-langkah berkelanjutan perlu diambil untuk memastikan keberlanjutan peningkatan keterampilan Bahasa Inggris dan dukungan bisnis bagi UMKM. Pengabdian Kepada Masyarakat serupa dapat diadopsi oleh komunitas bisnis lainnya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan daya saing di pasar global. Kolaborasi yang lebih erat antara lembaga pendidikan tinggi, UMKM, dan pemerintah dapat menjadi model untuk pengembangan inisiatif serupa di berbagai sektor. Melalui implementasi program ini, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan melalui pendidikan bahasa Inggris khusus untuk kebutuhan bisnis memiliki potensi besar untuk mengangkat UMKM dan mendukung partisipasi mereka dalam perdagangan internasional. Kesuksesan program ini tidak hanya tercermin dalam peningkatan keterampilan, tetapi juga dalam pemberdayaan dan perluasan akses pasar bagi UMKM, memberikan dampak positif yang berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.
- Cambra-Fierro, J., Elvira, M. M., & Rialp-Criado, J. (2015). *Export Management*. Routledge.
- Carbaugh, R. J. (2019). *International Economics*. Cengage Learning.
- Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A., & Moffett, M. H. (2009). *International Business*. John Wiley & Sons
- Guffey, M. E., & Loewy, D. (2019). *Essentials of Business Communication*. Cengage Learning.
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2008). *International Economics: Theory and Policy*. Pearson.
- Madura, J. (2008). *International Financial Management*. South-Western Cengage Learning.
- Morrison, J. L. (2014). *International Business: Challenges in a Changing World*. Routledge.
- Murphy, H. (2017). *Effective Business Writing: A Guide For Those Who Write On The Job*. HarperCollins.
- Nunan, D. (1991). *Language Teaching Methodology: A Textbook for Teachers*. Prentice Hall.
- Ober, S. (2016). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)*. Project Management Institute.
- Paul, J., & Bhattacharya, A. (2014). *Export-Import Theory, Practices, and Procedures*. Routledge.

Perrin, R. (2016). *Pocket Guide to Technical Communication*. Pearson.

Swales, J. M., & Feak, C. B. (2012). *Academic Writing for Graduate Students: Essential Tasks and Skills*. University of Michigan Press.

Tardy, C. M. (2011). *A Genre Analysis of Syllabus Design: A Study of ESP Syllabuses for Business English*. Routledge.

Thill, J. V., & Bovee, C. L. (2015). *Excellence in Business Communication*. Pearson.

Yates, J., & Orlikowski, W. J. (2002). *Genres of Organizational Communication: A Structural Approach to Studying Communication and Media*. *Academy of Management Review*.

Zhang, Y., & Zhang, S. (2018). *International Business English: A Course in Communication Skills*. Routledge.