

Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Digital Dan Penggunaan Bahasa Inggris Untuk Pelaku Usaha Pemula

Yanti Anggraini^{1*}, R. Dewi Mutia², Rizky Wahyu Hadiyana², Djoko Subali²

^{1*}Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Painan, Kota Serang, Banten-Indonesia

²Politeknik PGRI, Cilegon, Banten-Indonesia

Email: yeongi09@yahoo.com^{1*}, d3wi_lp3i@yahoo.com², rizky.zs88@gmail.com², agus.surajim@gmail.com²

INFORMASI ARTIKEL

Article History:

Submission: 21-08-2021

Revised: 28-08-2021

Accepted: 05-09-2021

** Korespondensi:*

Yanti Anggraini
yeongi09@yahoo.com

ABSTRAK

Penggunaan Bahasa Inggris di era globalisasi semakin dibutuhkan sebagai alat komunikasi oleh para pelaku usaha yang masih pemula untuk pengembangan dan pemasaran usahanya. Dengan demikian, Bahasa Inggris merupakan bekal potensial untuk para pelaku usaha untuk bisa bersaing secara global. Selain kemampuan Bahasa Inggris, para pelaku usaha juga harus dibekali kemampuan menggunakan teknologi agar tingkat pemasaran usahanya bisa lebih luas. Masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha ini ternyata mereka belum mengoptimalkan penggunaan teknologi serta mengaplikasikan Bahasa Inggris dalam mengembangkan usaha mereka. Atas masalah tersebut, kami bekerjasama dengan PIWKU (Pusat Inkubator Wirausaha & Klinik UMKM) Kota Cilegon membantu para pelaku UMKM melalui kegiatan pendampingan kewirausahaan berbasis digital dan penggunaan Bahasa Inggris dalam pengaplikasiannya untuk para pelaku UMKM. Melalui kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM mampu menggunakan teknologi dalam memasarkan produknya hingga ke luar negeri dengan berbekal kemampuan. Bahasa Inggris mereka. Pelaksanaan pendampingan tersebut dilakukan selama dua hari dengan memberikan ceramah, diskusi, dan konsultasi mengenai kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Para pelaku usaha sangat antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di PIWKU Kota Cilegon selama dua hari kepada 35 peserta memberikan pengaruh positif terhadap para pelaku usaha. Para pelaku usaha sudah bisa menggunakan media sosial dengan cekatan dalam memasarkan produknya, serta penggunaan Bahasa Inggris dalam pengaplikasiannya pun sudah ada peningkatan.

Kata kunci : Bahasa Inggris, Kewirausahaan, Teknologi

Digital-Based Entrepreneurship Assistance And The Use Of English In Its Applications For Beginning Business Entrepreneurs

ABSTRACT

The use of English in the era of globalization is increasingly needed as a communication tool by business actors who are still beginners for the development and marketing of their business. Thus, English is a potential provision for business actors to be able to compete globally. In addition to English language skills, business actors must also be equipped with the ability to use technology so that the marketing level of their business can be wider. The problem faced by these business actors is that they have not optimized the use of technology and applied English in developing their businesses. For this problem, we are collaborating with PIWKU (Center for Entrepreneurial Incubator & MSME Clinic) Cilegon City to help



business actors through digital-based entrepreneurship assistance activities and the use of English in its application for them. Through this activity, it is hoped that they will be able to use technology in marketing their products abroad armed with their English language skills. The mentoring was carried out for two days by giving lectures, discussions, and consultations about the obstacles faced by business actors. The business actors were very enthusiastic in participating in these activities. Community service activities carried out at PIWKU Cilegon City for two days for 35 participants had a positive influence on business actors. Business actors have been able to use social media deftly in marketing their products, and the use of English in its application has also increased.

Keywords: English, Entrepreneurship, Technology.

1. PENDAHULUAN

Bahasa Inggris sangat penting di era globalisasi seperti saat ini. Terdapat banyak perkembangan di segala bidang, bidang teknologi, perdagangan, bisnis, ekonomi, dll. Di era globalisasi memungkinkan terjadi banyaknya persaingan, tidak hanya di bidang perdagangan tetapi di bidang bisnis dengan adanya perdagangan bebas MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Dengan adanya MEA memungkinkan banyak warga negara asing bebas memasuki suatu negara yang bergabung dengan ASEAN [1]. Mereka datang untuk mendapatkan peluang kerja, akibatnya terjadi persaingan antara warga negara asli dan warga negara asing. Dalam menghadapi persaingan yang cukup kuat ini maka dibutuhkan keterampilan (skill) yang handal [2].

Bahasa merupakan suatu sistem lambang berupa bunyi, bersifat arbitrer, digunakan oleh masyarakat untuk bertutur, bekerjasama, berkomunikasi, dan untuk mengidentifikasi diri (Chaer & Keraf, 2006). Bahasa sangat berperan untuk menguasai komunikasi baik dalam basis teknologi maupun dalam berinteraksi secara langsung. Bahasa Inggris diajarkan secara luas di berbagai negara di dunia ini. Banyak penduduk di berbagai negara memakai bahasa Inggris sebagai alat komunikasi dalam berbagai pertemuan penting tingkat internasional. Penggunaan bahasa Internasional khususnya Bahasa Inggris menjadi sangat penting untuk dapat beradaptasi dan mengikuti arus perkembangan global yang semakin maju [3]. Bahasa Inggris sangat penting untuk para pelaku usaha dalam pengembangan usahanya. Mereka dituntut mau tidak mau untuk bersaing secara global, sehingga kreativitas dan inovasi sangat dibutuhkan dalam hal ini [4].

Kota Cilegon yang telah berusia 20 tahun, terbentuk berdasarkan Undang Undang Nomor 15 Tahun 1999. Seiring dengan Pemekaran wilayah Provinsi Jawa Barat, maka berdasarkan Undang Undang 23 Tahun 2000 tentang Pembentukan Provinsi Banten, Kota Cilegon termasuk kedalam wilayah Provinsi Banten. Pemerintah Kota Cilegon dalam melaksanakan fungsinya mengutamakan kearifan lokal dengan memanfaatkan potensi sumber daya yang dimiliki meliputi sumber daya manusia, sumber daya alam, ilmu pengetahuan dan teknologi demi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan pemanfaatan seluruh potensi tersebut dituntut adanya inovasi, kreatifitas, semangat kewirausahaan (*Entrepreneur Spirit*) bagi pelaku usaha dan kesejahteraan masyarakat sekitar [5]. Melihat kondisi tersebut, maka salah satu langkah yang perlu diambil adalah dengan peningkatan kesejahteraan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing di era digital melalui promosi untuk menciptakan brand agar dikenal luas di masyarakat global dan meningkatkan penjualan serta laba/keuntungan [6].

Perkembangan teknologi dan digital saat ini sangat pesat, sehingga para pelaku usaha harus mampu memanfaatkan perkembangan tersebut untuk memperoleh keunggulan bersaing [7]. Dalam meningkatkan keunggulan bersaing tersebut, maka para pelaku usaha harus mengembangkan potensi dirinya karena Sumber Daya Manusia (SDM) berhubungan dengan pengetahuan dan kontribusinya terhadap kinerja dan keunggulan bersaing [8].

Menurut Bungin (2009), tindakan komersial dapat dilakukan dalam dunia maya seperti, pasar, pembeli pialang, nasabah, barang, uang, transaksi, penyediaan modal, perbankan periklanan dan sebagainya tersedia dan dapat dilakukan dalam dunia maya dengan konsep-konsep tanpa batas[9]. Sejatinnya setiap orang memiliki potensi menjadi wirausahawan yang lebih maju berkat adanya pengaruh Internet. Para pelaku usaha dituntut untuk mengubah strategi penjualannya melalui skema digitalisasi, yakni dengan memanfaatkan *marketplace* dan media sosial sebagai teknik pemasaran usahanya [10][11].

Media sosial saat ini merupakan bagian yang tidak bisa terlepas dari sebagian besar kehidupan masyarakat karena manusia adalah makhluk social. Media sosial menjadi jembatan dalam berkehidupan sosial dan memenuhi tujuan strategis secara digital. Media sosial yang banyak digunakan dalam pemasaran berbasis digital yakni, Facebook, Instagram, WhatsApp Business[12][13][14][15][16]. Teknologi mampu memecahkan masalah jarak jauh melalui jaringan non-lokal, namun, bahasa tetap diperlukan. Tanpa bahasa, teknologi tidak mampu beroperasi secara mandiri dan otomatis. Hal ini dikarenakan bahasa, utamanya bahasa Inggris adalah bahasa teknologi. Tidak diragukan lagi bahwa bahasa ICT adalah bahasa Inggris. Bahasa Inggris adalah bahasa yang paling banyak digunakan di internet[17].

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala PIWKU Kota Cilegon, Laura Irawati. S.Sos, CH, para pelaku UMKM belum pernah mendapatkan kewirausahaan berbasis digital, terutama penggunaan Bahasa Inggris dalam aplikasinya. Atas masalah tersebut, kami membantu para pelaku UMKM melalui kegiatan pendampingan kewirausahaan berbasis digital dan penggunaan Bahasa Inggris dalam pengaplikasiannya untuk para pelaku UMKM. Melalui kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM mampu menggunakan teknologi dalam memasarkan produknya hingga ke luar negeri dengan dibekali kemampuan Bahasa Inggris mereka. Bahasa Inggris memiliki peran yang besar bagi wirausahawan di bidang inovasi teknologi. Kemampuan menggunakan Bahasa Inggris bagi para pelaku bisnis berbasis inovasi teknologi sangat penting untuk membantu mereka dalam mengembangkan bisnisnya tidak hanya tingkat regional ASEAN tetapi juga pada tingkat global [4].

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama dua hari, tanggal 3-4 Juli 2019. Peserta pada kegiatan ini adalah pelaku usaha yang masih pemula yang tergabung di dalam PIWKU (Pusat Inkubator Wirausaha & Klinik UMKM) Kota Cilegon. PIWKU merupakan salah satu lembaga yang hadir di Kota Cilegon di bawah naungan Dinas Koperasi dan UKM Kota Cilegon untuk mendorong seluruh masyarakat Cilegon dan pelaku UKM yang memiliki potensi usaha untuk bergabung bersama PIWKU Kota Cilegon agar maju dan terus berkembang. Kegiatan ini menggunakan metode pemaparan materi tentang kewirausahaan yang berbasis digital dan penggunaan Bahasa Inggris dalam pengaplikasiannya oleh para pelaku usaha UMKM.

Langkah-langkah pendampingan kewirausahaan berbasis digital dan penggunaan Bahasa Inggris dalam pengaplikasiannya sebagai berikut:

A. Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan berkaitan dengan kebutuhan yang diperlukan oleh para pelaku UMKM untuk memudahkan penyampaian informasi, kemudian menentukan jadwal pendampingan dan merumuskan materi yang akan disampaikan pada pendampingan.

B. Pelaksanaan

Pendampingan dilakukan dalam 2 hari pada tanggal 3-4 Juli 2019 dan dilaksanakan di Aula PIWKU Kota Cilegon pukul 09.00–16.00. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat pada kegiatan ini adalah ceramah, diskusi, dan konsultasi terkait dengan materi yang diberikan. Ceramah dilakukan oleh narasumber untuk memberikan materi pendampingan. Setelah ceramah,

narasumber dan para peserta melakukan diskusi dan tanya jawab mengenai materi yang telah disampaikan oleh para narasumber. Materi kegiatan yang diberikan berupa Kewirausahaan, Pemasaran, Digitalisasi, Bahasa Inggris.

Tabel 1. Materi kegiatan

NO	TANGGAL	WAKTU	ACARA/KEGIATAN
1		09.00 – 09.30	Pembukaan Acara : Sambutan dari Kepala PIWKU Kota Cilegon.
2	3 Juli 2019	09.30 – 12.00	Materi I : Kewirausahaan (R. Dewi Mutia Farida, S.E., M.M.)
3		12.00 – 13.00	Makan siang, Istirahat dan Shalat
4		13.00 – 15.30	Materi II : Pemasaran (Djoko Subali, ST., M.M.)
5		09.30 – 12.00	Materi III : Kewirausahaan Berbasis Digital (Rizky W. Hadiyana, S.Kom., M.Kom.)
6	4 Juli 2019	12.00 – 13.00	Makan siang, Istirahat dan Shalat
7		13.00 – 15.30	Materi IV : English for Digital Entrepreneurship (Yanti Anggraini, S.P., M.Pd.)
8		15.30 – 16.00	Penutupan Acara

C. Evaluasi

Evaluasi dilakukan terhadap para pelaku UMKM yang mengikuti pendampingan. Setelah pendampingan selesai, apakah para peserta mengalami kemajuan dalam pemahaman dan pengetahuan peserta pendampingan terhadap materi pendampingan yang telah diberikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Digital dan Penggunaan Bahasa Inggris dalam pengaplikasiannya ini diikuti oleh para pelaku UMKM sebanyak 35 orang. Pendampingan tersebut dilakukan selama 2 hari. Hari pertama dilakukan pada tanggal 3 Juli 2019 dan pendampingan hari kedua dilakukan pada tanggal 4 Juli 2019.

Pertemuan hari pertama dilaksanakan pada tanggal 3 Juli 2019 di Aula PIWKU Kota Cilegon dan dihadiri oleh 35 orang peserta. Pertemuan hari pertama ini dihadiri oleh Kepala PIWKU Kota Cilegon, Ibu Laura Irawati, S.Sos, CH sebagai pembuka pelaksanaan kegiatan. Untuk pertemuan hari pertama ini yaitu pemaparan materi oleh Ibu R. Dewi Mutia Farida, S.E., M.M selama dua setengah jam. Materi yang disampaikan yaitu tentang kewirausahaan. Ibu Dewi menjelaskan secara detail tentang kewirausahaan dari definisi, pengertian, dan macam-macam kewirausahaan. Setelah pemaparan materi disampaikan oleh Ibu Dewi selesai, maka dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diskusi. Banyak peserta antusias untuk bertanya dan berdiskusi mengenai materi yang telah disampaikan dan menunjukkan produk-produk yang dihasilkan dari masing-masing peserta.



Gambar 1. Pemaparan materi oleh Ibu R. Dewi Mutia Farida, S.E, M.M

Setelah pemaparan materi yang disampaikan oleh Ibu R. Dewi Mutia Farida, S.E., M.M selesai, maka dilanjutkan pemaparan materi yang disampaikan oleh Bapak Djoko Subali, ST., M.M. selama dua setengah jam. Materi yang disampaikan yaitu mengenai pemasaran secara detail tentang pemasaran dari definisi, pengertian, dan bentuk-bentuk pemasaran. Setelah pemaparan materi disampaikan, maka dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diskusi. Banyak peserta antusias untuk bertanya dan berdiskusi mengenai materi yang telah disampaikan dan memberikan bentuk pemasaran yang mereka lakukan hingga pembukuan keuangan yang mereka gunakan.



Gambar 2. Pemaparan materi pelatihan oleh Bapak Djoko Subali, S.T, M.M

Pertemuan hari kedua dilaksanakan pada tanggal 4 Juli 2019 di Aula PIWUKU Kota Cilegon dan dihadiri oleh 35 orang peserta. Pertemuan hari kedua ini yaitu pemaparan materi oleh Bapak Rizky Wahyu Hadiyana, S.Kom., M.Kom. selama dua setengah jam. Materi yang disampaikan yaitu tentang digitalisasi dan teknologi. menjelaskan secara detail tentang penggunaan teknologi dalam bidang kewirausahaan, sehingga para peserta mengetahui cara memasarkan produknya menggunakan

teknologi. Setelah pemaparan materi disampaikan selesai, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diskusi. Banyak peserta antusias untuk bertanya dan berdiskusi mengenai materi yang telah disampaikan dan kendala-kendala yang dihadapi para peserta dalam memasarkan produknya.



Gambar 3. Paparan materi oleh Bapak Rizky Wahyu hadiyana, S.Kom, M.Kom

Setelah pemaparan materi yang disampaikan oleh Bapak Rizky Wahyu Hadiyana, S. Kom., M. Kom. selesai, maka dilanjutkan pemaparan materi yang disampaikan oleh Ibu Yanti Anggraini, S.P., M.Pd. selama dua setengah jam. Materi yang disampaikan yaitu mengenai penggunaan Bahasa Inggris dalam kewirausahaan. Ibu Yanti menjelaskan secara detail tentang penggunaan Bahasa Inggris dalam memasarkan produk dan melabelkan produk para peserta menggunakan Bahasa Inggris agar menarik. Setelah pemaparan materi disampaikan selesai, maka dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diskusi. Banyak peserta antusias untuk bertanya dan berdiskusi mengenai materi yang telah disampaikan dan memberikan contoh produk mereka dan membahasnya bagaimana dan apa saja yang bisa diaplikasikan di dalam produk mereka menggunakan Bahasa Inggris.



Gambar 4. Penutupan kegiatan pelatihan oleh Ibu Laura Irawati, S.Sos, CH.

Setelah rangkaian kegiatan dilaksanakan selama dua hari, maka kegiatan tersebut ditutup oleh Kepala PIWU Kota Cilegon, Ibu Laura Irawati, S.Sos, CH. dan perwakilan dari narasumber yaitu Bapak Djoko Subali, ST., M.M. dengan dihadiri oleh 35 orang peserta.

Dalam evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini yang dapat dianalisis yaitu pentingnya penggunaan media sosial di era globalisasi seperti ini dalam memasarkan produk para pelaku UMKM ke berbagai daerah agar produk mereka bisa dikenal oleh masyarakat luas. Selain penggunaan

teknologi, pengaplikasian Bahasa Inggris dalam produk mereka juga dianggap sangat penting agar produk mereka bisa dipasarkan hingga luar negeri. Kesadaran para pelaku UMKM akan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam memasarkan produk mereka pun sangat tinggi agar mereka bisa bersaing secara global.



Gambar 5. Foto bersama pemateri dan peserta pelatihan

4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di PIWKU Kota Cilegon selama dua hari kepada 35 peserta memberikan pengaruh positif terhadap para pelaku usaha. Para pelaku usaha sudah bisa menggunakan media sosial dengan cekatan dalam memasarkan produknya. Hal tersebut terlihat pada saat mereka mempraktekkan penggunaan media sosial di sesi kegiatan berlangsung. Penggunaan Bahasa Inggris dalam pengaplikasiannya pun sudah ada peningkatan. Dapat dilihat ketika kegiatan berlangsung dimana sebagian besar peserta mencoba menambahkan konten di dalam kemasan produknya menggunakan Bahasa Inggris agar konsumen dari luar negeri bisa mengetahui produk yang dipasarkan oleh mereka, bahkan ada beberapa peserta mengganti label nama produk mereka menggunakan Bahasa Inggris.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Iriance, "Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Lingua Franca dan Posisi Kemampuan Bahasa Inggris Masyarakat Indonesia Diantara Anggota MEA," *Pros. Ind. Res. Work. Natl. Semin.*, 2018.
- [2] N. Shobikah, "The Importance of English Language in Facing Asean Economic Community (AEC)," *At-Turats*, vol. 11, no. 1, 2017, doi: 10.24260/at-turats.v11i1.873.
- [3] T. Rodgers, S. Theodore, M. Jo, and S. John, "and Methods AND."
- [4] R. Rintaningrum, "Peranan Bahasa Inggris (Global) Dalam Dunia Teknologi Entrepreneur Di Era Asean Economic Community," 2014.
- [5] S. Mitra and I. Yogyakarta, "Analisis Kepemilikan Jiwa Kewirausahaan: Evaluasi Outcome Pendidikan Menengah Di Jawa," *J. Econ.*, vol. 9, no. 2, pp. 175–190, 2013, doi: 10.21831/economia.v9i2.1808.
- [6] A. O. Siagian, R. Martiwi, and N. Indra, "Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital," *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 3, no. 3, p. 44, 2020, doi: 10.32493/jpkpk.v3i3.4497.
- [7] H. Xuhua, O. C. Elikem, S. Akaba, and D. W. Brown, "Effects of business-to-business e-commerce adoption on competitive advantage of small and medium-sized manufacturing enterprises," *Econ. Sociol.*, vol. 12, no. 1, pp. 80–99, 2019, doi: 10.14254/2071-789X.2019/12-1/4.
- [8] F. Wirda, T. Azra, and H. Herizon, "The Influence of Managerial Competency and External Environment on the Competitive Advantage of a Creative Industri in West Sumatra," ... *J. Sos. dan Pembang.*, vol. 32, no. 1, pp. 126–138, 2016, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/157210-EN-the-influence-of-managerial->

competency-a.pdf.

- [9] A. H. Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik -Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia*. 2017.
- [10] B. Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS J. Adm. Bisnis*, vol. 6, no. 2, 2020.
- [11] H. Irfani, F. Yeni, and R. Wahyuni, "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0," *JCES (Journal Character Educ. Soc.*, vol. 3, no. 3, pp. 651–659, 2020.
- [12] Z. Wang and H. G. Kim, "Can Social Media Marketing Improve Customer Relationship Capabilities and Firm Performance? Dynamic Capability Perspective," *J. Interact. Mark.*, vol. 39, pp. 15–26, 2017, doi: 10.1016/j.intmar.2017.02.004.
- [13] R. Sundaram, R. Sharma, and A. Shakya, "Power of digital marketing in building brands: A review of social media advertisement," *Int. J. Manag.*, vol. 11, no. 4, pp. 244–254, 2020, doi: 10.34218/IJM.11.4.2020.025.
- [14] H. K. Karina Sokolova, "Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 53, no. 101742, 2020, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.011>.
- [15] Y. K. D. Anuja Arora, Shivam Bansal, Chandrashekhhar Kandpal, Reema Aswani, "Measuring social media influencer index- insights from facebook, Twitter and Instagram," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 49, pp. 86–101, 2019, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.012>.
- [16] "Social_Media_Marketing_PrePrint_Jacobson_Gruzd_Hernández-García (1).pdf." .
- [17] P. Nihalani, "Globalization and Multicultural Communication: Unity in Diversity," *J. Index. Metrics*, vol. 39, no. 2, pp. 242–261, 2008, doi: <https://doi.org/10.1177/0033688208092187>.