

Melatih Komunikasi Bahasa Inggris Untuk Pemasaran Bagi Kelompok Usaha Bersama Batik Batu Mangga Di Kabupaten Kediri

Practicing English Communication for Marketing for Joint Business Groups with Batik Batu Mangga in Kediri Regency

Rika Riwayatiningih¹, M. Anas², Rr. Forijati³

^{1,2,3}Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

Email korespondensi: rieka@unpkediri.ac.id

Article History:

Received: 25 Oktober 2022

Revised: 28 Oktober 2022

Accepted: 05 November 2022

Keywords: Training; English roles; English for marketing.

Abstract

English is a global language whose use has been recognized by the world community for communication between nations. In the field of business or business, language has a role as the most important communication tool, especially in various types of marketing. The language used in marketing business results must be good language and attract the attention of consumers because good advertising and good marketing will help the success of a product. The purpose of this Community Service activity is to train English communication for marketing purposes in the tourism sector, especially in the Batu Mango Batik Joint Business Group (KUB) in Kediri district. This training uses a project based learning method that begins with presenting and modeling activities regarding English taglines and specing performance on products sold in accordance with English speech grammar and also English dialogue texts about product buying and selling transactions. The trainees listen and then practice how to design attractive English taglines and practice using English expressions about the products being sold. The results of this training activity are expected to be able to bring the community at KUB Batik Mangga in Kediri district to dare to promote and market their batik products to the international tourism sector, both in exhibition activities and online buying and selling transactions.

Abstrak

Bahasa Inggris merupakan bahasa global yang penggunaannya telah diakui oleh masyarakat dunia untuk komunikasi antar bangsa. Dalam bidang bisnis atau usaha, bahasa memiliki peran sebagai alat komunikasi paling penting utamanya dalam berbagai jenis pemasaran. Bahasa yang digunakan dalam memasarkan hasil usaha haruslah bahasa yang baik dan menarik perhatian konsumen karena iklan yang baik dan pemasaran yang baik akan membantu keberhasilan suatu produk. Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk melatih komunikasi bahasa Inggris untuk keperluan pemasaran di sektor pariwisata khususnya di

Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik Batu mangga di kabupaten Kediri. Pelatihan ini menggunakan metode project based learning yang diawali dengan kegiatan presenting dan modelling mengenai English taglines dan speaking performance tentang produk yang dijual sesuai dengan gramatika ucapan bahasa Inggris dan juga teks dialog bahasa Inggris tentang transaksi jual beli produk. Peserta pelatihan menyimak dan kemudian mempraktekan bagaimana mendesain English taglines yang menarik dan berlatih menggunakan ungkapan bahasa Inggris mengenai produk yang di jual. Hasil dari kegiatan pelatihan ini diharapkan mampu membawa masyarakat di KUB Batik Mangga di kabupaten Kediri berani mempromosikan dan memasarkan produk batik mereka ke sektor pariwisata internasional baik dalam kegiatan pameran maupun transaksi jual beli secara online.

Kata Kunci: *Pelatihan, peran bahasa Inggris, bahasa Inggris untuk pemasaran.*

1. PENDAHULUAN

Sebagai warisan budaya, batik merupakan salah satu kerajinan dari kain yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Seorang arkeolog asal Belanda J.L.A. Brandes mengatakan bahwa motif batik yang berasal dari Indonesia menggambarkan relief- relief candi yang tersebar di wilayah Indonesia dan menampilkan ciri khas dari masing- masing daerah tempat batik tersebut berasal. Dengan begitu, dapat dikatakan jika batik sebenarnya sudah ada di Indonesia sejak dari dahulu kala. Oleh karena itu, UNESCO telah memberikan pengakuan internasional terhadap batik sejak Oktober 2009 sebagai warisan budaya Indonesia dan ditetapkan sebagai hari Batik Nasional. Dengan begitu, batik wajib digunakan di lingkungan kerja ataupun acara-acara tertentu sebagai busana resmi maupun setengah resmi.

Kota Kediri merupakan salah satu kota di propinsi Jawa Timur yang juga sebagai salah satu pusat berkembangnya pengrajin batik. Kurang lebih sekitar 30 tahun yang lalu, batik Kediri telah dirintis dan beredar (dipasaran perbatikan). Berkat kerjasama pihak pemerintah kabupaten Kediri dengan para perajin batik untuk pelestarian sejarah, budaya, maupun dalam usaha untuk menciptakan lapangan kerja. Kehadiran batik Kediri dalam kehidupan masyarakat menjadi penting, disebabkan mengalami perkembangan, tidak hanya dipakai pada kalangan tertentu saja, melainkan pada semua pranata sosial kehidupan masyarakat di Kediri, baik anak- anak hingga orang tua, dilingkungan masyarakat, instansi, dan pemerintah.

Masyarakat anggota kelompok Usaha Bersama (KUB) batik batu mangga di desa Surat kecamatan Mojo kabupaten Kediri memiliki hambatan yang berkaitan dengan rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam kemampuan menguasai bahasa Inggris, serta rendahnya kesadaran untuk mengasah *skill* untuk menguasai berbagai strategi komunikasi bahasa Inggris. Rendahnya penguasaan bahasa Inggris saat ini disebabkan kurangnya kesadaran dan edukasi kepada masyarakat setempat terhadap pentingnya bahasa Inggris di era globalisasi untuk mendukung pemasaran produk mereka. Peningkatan pemasaran memerlukan faktor pendukung, salah satunya penguasaan bahasa Inggris dalam komunikasi yang lebih luas bagi pelaku usaha untuk alat komunikasi melalui berbagai informasi yang dapat dipahami oleh masyarakat global. Dalam menghadapi era globalisasi, pengusaha mengalami persaingan yang semakin ketat, bukan hanya dari pesaing- pesaing lokal tetapi juga dari pesaing- pesaing global. Karena sifatnya yang universal, tentu saja bahasa Inggris termasuk bahasa yang paling digunakan oleh masyarakat di dunia (Nickerson, 2008).

Hal yang perlu diperhatikan dalam seni berbahasa dalam pemasaran produk adalah narasi (Ojanpera, 2014). Narasi ini dibutuhkan agar konsumen dapat merasakan keterikatan batin dalam produk yang ditawarkan, seperti ada hubungan satu sama yang lain (Munawar et al., 2016). Cara ini cenderung lebih efektif dan menarik daripada dengan hanya menawarkan kelebihan suatu produk dengan cara yang konvensional. Selanjutnya, menurut Munawar et al. (2016) pemilihan kata dalam strategi memasarkan juga perlu diperhatikan. Ini dikarenakan setiap kata dalam pemasaran produk memiliki maksud yang berbeda. Sehingga dalam komunikasi pemasaran produk ada beberapa hal yang perlu diperhatikan supaya dapat membangun komunikasi yang efektif, diantaranya; kesederhanaan bahasa, kalimat yang bisa menyentuh emosi konsumen, dan pemilihan kata- kata yang dapat menarik perhatian konsumen (Nikolaenko, 2012) .

Dengan sistem komunikasi yang semakin modern dan trend globalisasi yang mendunia, terdapat kecenderungan kuat bahwa bahasa Inggris akan menjadi *language of the world*. Crystal (2000) dalam bukunya menyatakan bahwa kebanyakan orang mendengarkan bahasa Inggris karena pengaruh dari berbagai media maupun tanda dan simbol- simbol dalam iklan yang menampilkan menu berbahasa Inggris. Sehingga menurut Ellis and Johnson (1994) menyatakan bahwa bahasa Inggris untuk keperluan bisnis adalah tentang komunikasi yang memungkinkan melibatkan antara orang- orang yang menggunakan bahasa Inggris sebagai sarana bisnis. Melihat pentingnya peran bahasa dalam media pemasaran produk yang dapat menjangkau konsumen yang lebih luas (Mackenzie, 2010), maka diperlukan suatu kegiatan untuk dapat melatih masyarakat UMKM khususnya di wilayah Kediri dalam memasarkan produk batik batu mangga dengan latihan- latihan komunikasi berbahasa Inggris. Sehingga kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan bahasa Inggris yang efektif kepada masyarakat KUB di desa Surat kecamatan Mojo kabupaten Kediri sebagai langkah untuk mengembangkan sumber daya pelaku UMKM di pasar bebas. Dari program pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pengaruh dalam memasarkan produk dengan baik dan memberikan berbagai informasi kepada orang asing. Jika sudah terampil berbahasa Inggris, pelaku UMKM nantinya juga bisa menulis kemasan produknya dengan menggunakan bahasa Inggris tersebut.

2. PERMASALAHAN

Berdasarkan gambaran situasi dan permasalahan dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUB) di desa Surat kecamatan Mojo kabupaten Kediri, 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. METODE

Tempat dan peserta pelatihan

Kegiatan pelatihan singkat bahasa Inggris ini diikuti oleh KUB Batik Batu Mangga di desa Surat kecamatan Mojo kabupaten Kediri sebanyak 30 orang. adapun peserta yang mengikuti pelatihan bahasa Inggris ini sebanyak 11 orang. Gambaran umum peserta pelatihan tampak pada tabel berikut ini.

Jumlah peserta berdasarkan jenis kelamin	
Jenis kelamin	Jumlah

Pria	5
Wanita	6
Jumlah	11

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari jumlah peserta sebanyak 11 orang dengan jenis kelamin yang seimbang banyaknya antara jumlah pria dan wanita. Jumlah peserta pria sebanyak 5 orang (45,5%) dan peserta wanita sebanyak 6 orang (54,5%).

Metode pelatihan

Metode pengajaran dalam pelatihan ini adalah praktek melalui presentasi mempromosikan produk dan bermain peran jual beli dalam bahasa Inggris. Sehingga project based learning sangat cocok dipakai sebagai desain dalam metode pelatihan ini. Awal mula peserta diberikan contoh model membuat *taglines* dalam bahasa Inggris dan *speaking performance* tentang produk yang mereka miliki. Selanjutnya peserta diminta untuk presentasi hasil *taglines* produk dalam bahasa Inggris yang dibuat secara mandiri. Setiap peserta melakukan presentasi mempromosikan tentang produk masing- masing dan diikuti bermain peran jual beli produk tersebut dalam bahasa Inggris. Umpan balik diberikan dalam bentuk contoh, komentar, saran, dan pembetulan pada ucapan, gramatika, intonasi yang tepat dan kemudian diberikan tes tertulis pilihan ganda pada kosa kata di akhir kegiatan untuk mengukur kemajuan kompetensi pada *speaking skill*.

Materi pelatihan

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. Melihat permasalahan dari pelaku UMKM berkaitan dengan kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris tersebut sehingga dirumuskan materi pelatihan seperti; untuk meningkatkan pembedaharaan 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 bisa 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 ucapan baik secara langsung maupun tidak langsung. Materi gramatika diberikan ketika peserta menemukan persoalan berkaitan dengan pola dan struktur kalimat 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 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 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 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: Praktek peserta mempresentasikan produk

5. KESIMPULAN

Kegiatan melatih komunikasi bahasa Inggris pada KUB Batu Mangga di kabupaten Kediri dapat berjalan dengan baik terbukti dengan aktifnya peserta dalam mengikuti kegiatan ini sampai selesai. Berdasarkan dari hasil yang didapat dari FGD dengan KUB Batik Mangga, para pelaku usaha di kelompok ini merasa lebih percaya diri dalam mempromosikan produk mereka dengan bahasa Inggris utamanya melalui taglines yang telah mereka buat bersama. Kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris peserta juga menunjukkan hasil yang positif dilihat dari tingkat percaya diri saat mempresentasikan dialog dalam bermain peran. Dengan bekal kemampuan komunikasi dengan bahasa Inggris diharapkan masyarakat di lingkungan KUB Batu Mangga kabupaten Kediri mampu bersaing dalam mempromosikan produk batiknya secara mendunia ke masyarakat internasional baik melalui pameran ataupun penjualan secara online.

REFERENSI

Crystal, D. (2000). *The cambridge encyclopedia of language 3rd (third) edition*. Cambridge University Press.

Ellis, Mark; Johnson, Christine, 1994, *Teaching business english*, Oxford

Mackenzie, Ian, 2010, *English for Business Studies Student's Book: A Course for Business Studies and Economics Students*, Cambridge University Press

Munawar. S, Juningsih. E, Maulana. D. (2016). Peran komunikasi pemasaran dalam sudut pandang UMKM. Seminar Nasional 5th UNS SME SUMMIT & AWARDS 2016 Peningkatan Kapabilitas UMKM Dalam Mewujudkan “UMKM Naik Kelas” (pp.336)

Nickerson, Catherine, 2008, *English as a lingua franca in international business contexts*

Nikolaenko, E, B, 2012, *Business English*, Tomsk Polytechnic University Publishing House

Ojanperä, Miina, 2014, *Effects of Using English in Business Communication*

Retrieved from <https://www.zenius.net/blog/sejarah-batik-di-indonesia>

Retrieved from <https://kh08m.com/2021/09/22/peran-pemasaran-dalam-bisnis>