

PELATIHAN KOMUNIKASI BISNIS MULTIBAHASA UNTUK NEGOSIASI DAN TRANSAKSI BISNIS UMKM

Deni Maulana^{1*}, Rinda Siaga Pangestuti², Prihandono³, Aisyah Rahmalia⁴, Hilyatul Aulia⁵

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam Bina Essa, Jl. Cihanjuang KM. 2,45, Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat.

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas President, Jababeka Education Park, Jalan Ki Hajar Dewantara, Kota Jababeka, Cikarang Baru, Bekasi, Jawa Barat 17550

³Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta, Kramat Raya No.7-9 4, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

^{4,5}Program studi Ilmu Komunika, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jl. Harsono RM No. 67, Ragunan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta (12550).

*Koresponden Email: denimaulana6666@gmail.com

Artikel Info: Diterima: 11-05-2026 | Direvisi: 12-05-2026 | Disetujui: 13-05-2026

Abstract

The increasing globalization and digitalization of business activities have encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve their communication competencies, especially in multilingual business communication. However, many MSME actors in Bantar Agung Village, Majalengka Regency, still experience limitations in conducting business negotiations and transactions with broader markets due to inadequate communication skills. This community service program aimed to improve the knowledge and skills of MSME actors in multilingual business communication, particularly Indonesian and English, to support business negotiations and transactions. The activity was conducted on 8–9 May 2026 at the multipurpose hall of Bantar Agung Village Office and involved 11 participants representing local MSMEs. The program was implemented collaboratively by lecturers from STEBI Bina Essa Bandung Barat, President University, Politeknik LP3I Jakarta, and Bhayangkara University in partnership with the Bantar Agung Village Office. The methods included lectures, discussions, simulations, and practical exercises. The results showed that participants improved their understanding of business communication, negotiation strategies, and the use of multilingual expressions in business transactions. The program contributed to strengthening the communication competence and competitiveness of local MSMEs.

Keywords: multilingual communication; business negotiation; MSMEs; English communication; business transaction

Abstrak

Globalisasi dan perkembangan ekonomi digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kompetensi komunikasi bisnis, khususnya komunikasi multibahasa. Namun, sebagian pelaku UMKM di Desa Bantar Agung Kabupaten Majalengka masih mengalami keterbatasan dalam melakukan negosiasi dan transaksi bisnis dengan pasar yang lebih luas akibat kurangnya kemampuan komunikasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam komunikasi bisnis multibahasa, khususnya bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, untuk mendukung proses negosiasi dan transaksi bisnis. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 8–9 Mei 2026 di Ruang Serba Guna Kantor Desa Bantar Agung dan diikuti oleh 11 peserta dari unsur UMKM. Program dilaksanakan oleh dosen STEBI Bina Essa Bandung Barat, Universitas President, Politeknik LP3I Jakarta, dan Universitas Bhayangkara bekerja sama dengan Pemerintah Desa Bantar Agung. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, simulasi, dan praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai komunikasi bisnis, strategi negosiasi, dan penggunaan ungkapan multibahasa dalam transaksi bisnis. Kegiatan ini berkontribusi terhadap peningkatan kompetensi komunikasi serta daya saing UMKM lokal.

Kata Kunci: komunikasi multibahasa; negosiasi bisnis; UMKM; bahasa Inggris; transaksi bisnis

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Perkembangan teknologi informasi serta meningkatnya interaksi bisnis lintas wilayah menyebabkan kebutuhan terhadap kemampuan komunikasi bisnis menjadi semakin penting. Pelaku UMKM tidak hanya dituntut menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu membangun komunikasi yang efektif dalam kegiatan negosiasi dan transaksi bisnis.

Komunikasi bisnis yang efektif merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu organisasi maupun pelaku usaha. Menurut Kotler dan Keller (2021), komunikasi yang baik akan mempengaruhi hubungan dengan pelanggan serta meningkatkan peluang keberhasilan pemasaran. Dalam era globalisasi, kemampuan berkomunikasi dalam lebih dari satu bahasa menjadi nilai tambah yang dapat memperluas akses pasar dan memperkuat daya saing usaha.

Desa Bantar Agung Kabupaten Majalengka memiliki berbagai potensi produk lokal yang dikembangkan oleh masyarakat melalui kegiatan UMKM. Namun demikian, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam melakukan komunikasi bisnis, terutama ketika berhadapan dengan konsumen atau mitra usaha dari luar daerah maupun luar negeri. Keterbatasan penguasaan bahasa asing serta kurangnya pemahaman mengenai teknik negosiasi bisnis menjadi salah satu faktor yang menghambat pengembangan usaha.

Kuntadi (2023) dalam penelitiannya mengenai hubungan tingkat kecemasan dengan kemampuan berbicara bahasa Inggris menemukan adanya korelasi negatif antara tingkat kecemasan dengan keterampilan berbicara. Semakin tinggi tingkat kecemasan seseorang, semakin rendah kemampuan bicarannya. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek psikologis juga memengaruhi kemampuan komunikasi seseorang, termasuk dalam konteks komunikasi bisnis.

Selain kemampuan bahasa, keterampilan negosiasi dan transaksi bisnis juga memegang peranan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dapat meningkatkan kemampuan komunikasi bisnis multibahasa sehingga pelaku UMKM memiliki kepercayaan diri yang lebih baik dalam menghadapi perkembangan pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan kondisi tersebut, dosen dari STEBI Bina Essa Bandung Barat, President University, Politeknik LP3I Jakarta, dan Universitas Bhayangkara bekerja sama dengan Pemerintah Desa Bantar Agung menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan komunikasi bisnis multibahasa untuk negosiasi dan transaksi bisnis bagi pelaku UMKM. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kemampuan komunikasi bisnis serta memperkuat daya saing UMKM lokal.



Gambar 1: Peta Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 8–9 Mei 2026 bertempat di Ruang Serba Guna Kantor Desa Bantar Agung, Kabupaten Majalengka, Provinsi Jawa Barat. Kegiatan merupakan hasil kerja sama antara STEBI Bina Essa Bandung Barat, President University, Politeknik LP3I Jakarta, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dan Pemerintah Desa Bantar Agung sebagai mitra pelaksana. Sasaran kegiatan adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Desa Bantar Agung dengan jumlah peserta sebanyak 11 orang yang berasal dari berbagai bidang usaha, antara lain makanan olahan, kerajinan, dan perdagangan. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, khususnya dalam bidang komunikasi bisnis dan penggunaan bahasa Inggris sederhana sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing usaha.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan terjadinya proses pembelajaran yang bersifat interaktif, sehingga peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga memperoleh kesempatan untuk berbagi pengalaman, mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, serta mempraktikkan secara langsung keterampilan yang diperoleh selama pelatihan.

Tahap pertama kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan peserta dan koordinasi dengan Pemerintah Desa Bantar Agung. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan komunikasi dengan perangkat desa dan calon peserta untuk memperoleh informasi mengenai kondisi usaha yang dijalankan serta berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan dan mitra usaha. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam memahami konsep komunikasi bisnis, kemampuan negosiasi, serta penggunaan bahasa Inggris sederhana dalam transaksi. Temuan tersebut kemudian dijadikan dasar dalam menyusun materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

Tahap kedua adalah penyusunan materi pelatihan. Materi yang disusun meliputi konsep dasar komunikasi bisnis, teknik negosiasi, proses transaksi bisnis, pelayanan pelanggan, serta penggunaan berbagai ungkapan sederhana dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang umum digunakan dalam aktivitas perdagangan.

Materi disusun secara aplikatif dan disesuaikan dengan kondisi riil yang dihadapi oleh pelaku UMKM, sehingga peserta dapat lebih mudah memahami dan mengimplementasikan materi yang diberikan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Tahap ketiga merupakan tahap pelaksanaan pelatihan yang dilakukan melalui kombinasi beberapa metode pembelajaran, yaitu ceramah, diskusi interaktif, simulasi percakapan bisnis, *role play*, dan praktik langsung. Metode ceramah digunakan untuk memberikan pemahaman konseptual mengenai komunikasi bisnis dan negosiasi, sedangkan diskusi interaktif bertujuan untuk mendorong partisipasi aktif peserta dalam menyampaikan pengalaman dan berbagai permasalahan yang dihadapi selama menjalankan usaha. Selain itu, metode simulasi dan *role play* digunakan untuk meningkatkan kemampuan praktis peserta dalam melakukan komunikasi bisnis. Dalam kegiatan tersebut, peserta diberikan contoh penggunaan berbagai ungkapan dalam memperkenalkan produk, menyapa pelanggan, menjelaskan harga, menawarkan produk, melakukan negosiasi harga, serta menyelesaikan transaksi menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sederhana. Pendekatan berbasis praktik ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman sekaligus kepercayaan diri peserta dalam berkomunikasi dengan pelanggan maupun calon pembeli dari berbagai latar belakang.

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan yang dilakukan melalui observasi, diskusi, dan tanya jawab dengan peserta setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai dilaksanakan. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan serta mengidentifikasi manfaat yang diperoleh dari kegiatan pelatihan. Fokus evaluasi diarahkan pada dua aspek utama, yaitu analisis peningkatan kemampuan peserta dalam komunikasi bisnis dan penggunaan bahasa Inggris sederhana, serta kontribusi kegiatan terhadap peningkatan kualitas pelayanan dan daya saing UMKM. Dengan demikian, metode pelaksanaan yang diterapkan dalam kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak yang berkelanjutan terhadap peningkatan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM sehingga mereka memiliki kemampuan komunikasi yang lebih baik dan mampu beradaptasi dengan perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema *Pelatihan Komunikasi Bisnis Multibahasa bagi Pelaku UMKM* dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 8 dan 9 Mei 2026 bertempat di Ruang Serba Guna Kantor Desa Bantar Agung, Kabupaten Majalengka. Kegiatan ini merupakan hasil kolaborasi antara STEBI Bina Essa Bandung Barat, President University, Politeknik LP3I Jakarta, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, serta Pemerintah Desa Bantar Agung sebagai mitra pelaksana. Sinergi antara perguruan tinggi dan pemerintah desa menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan, karena memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas masyarakat secara lebih efektif.

Peserta kegiatan berjumlah 11 orang yang berasal dari berbagai unsur pelaku UMKM yang bergerak pada bidang makanan olahan, kerajinan, serta perdagangan. Karakteristik peserta yang beragam memberikan dinamika tersendiri dalam pelaksanaan kegiatan karena masing-masing peserta memiliki pengalaman dan kebutuhan yang berbeda dalam menjalankan usaha. Berdasarkan hasil identifikasi awal, sebagian besar peserta belum pernah memperoleh pelatihan yang secara khusus membahas komunikasi bisnis, terutama komunikasi multibahasa yang dapat digunakan dalam mendukung aktivitas usaha. Selama ini komunikasi dengan pelanggan dilakukan secara alami berdasarkan pengalaman sehari-hari tanpa adanya pemahaman mengenai prinsip-prinsip komunikasi bisnis yang efektif.

Antusiasme peserta terlihat sejak awal pelaksanaan kegiatan. Hal tersebut tercermin dari keterlibatan aktif peserta dalam setiap sesi diskusi maupun tanya jawab. Sebagian besar peserta menyampaikan bahwa kemampuan komunikasi, khususnya penggunaan bahasa Inggris sederhana dalam transaksi bisnis, merupakan keterampilan baru yang belum pernah mereka peroleh sebelumnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta mampu

menjawab tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menghadapi perkembangan pasar yang semakin terbuka dan kompetitif.

Materi pertama yang diberikan kepada peserta adalah mengenai konsep dasar komunikasi bisnis. Pada sesi ini peserta memperoleh pemahaman mengenai pengertian komunikasi bisnis, fungsi komunikasi dalam kegiatan usaha, serta pentingnya komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan maupun mitra usaha. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif sehingga peserta tidak hanya menerima informasi secara satu arah, tetapi juga diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman mengenai pola komunikasi yang selama ini diterapkan dalam kegiatan usaha masing-masing.

Menurut Kotler dan Keller (2021), komunikasi merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran yang memiliki pengaruh terhadap persepsi pelanggan terhadap produk maupun layanan yang ditawarkan. Komunikasi yang efektif akan meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat hubungan bisnis dalam jangka panjang. Berdasarkan konsep tersebut, peserta diberikan pemahaman bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen.

Dalam sesi ini, peserta memperoleh materi mengenai etika komunikasi, penggunaan bahasa yang sopan, serta teknik menyampaikan informasi produk secara jelas dan menarik. Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta selama ini masih menggunakan pola komunikasi yang bersifat informal dan belum menerapkan pendekatan komunikasi bisnis yang lebih sistematis. Sebagian peserta mengakui bahwa mereka lebih berfokus pada aspek penjualan produk dibandingkan dengan upaya membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Setelah memperoleh materi, peserta mulai memahami bahwa pelayanan yang baik dan komunikasi yang efektif merupakan bagian penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas konsumen.

Materi berikutnya difokuskan pada komunikasi multibahasa, khususnya penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sederhana dalam kegiatan bisnis. Materi ini diberikan sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan globalisasi yang menuntut pelaku UMKM untuk memiliki kemampuan komunikasi yang lebih luas. Kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris sederhana dipandang sebagai salah satu modal penting dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Dalam pelatihan tersebut peserta diperkenalkan dengan berbagai ungkapan sederhana yang umum digunakan dalam transaksi bisnis. Ungkapan tersebut meliputi cara memperkenalkan produk (*introducing products*), menyapa pelanggan (*greeting customers*), menjelaskan harga produk (*asking and answering prices*), menawarkan produk (*offering products*), melakukan negosiasi harga (*negotiating prices*), hingga menutup transaksi (*closing transactions*). Tim pelaksana juga memberikan contoh percakapan sederhana yang dapat diaplikasikan secara langsung oleh peserta dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Pendekatan yang digunakan dalam pelatihan lebih menitikberatkan pada aspek praktis dan penggunaan kalimat-kalimat sederhana yang mudah dipahami. Strategi tersebut dilakukan agar peserta tidak merasa terbebani oleh aturan tata bahasa yang kompleks. Dengan demikian, peserta lebih fokus pada keberanian untuk berkomunikasi dan kemampuan menyampaikan informasi kepada pelanggan secara efektif. Pendekatan ini terbukti mampu meningkatkan partisipasi peserta selama proses pelatihan berlangsung.

Selain materi komunikasi multibahasa, peserta juga memperoleh pelatihan mengenai negosiasi bisnis. Negosiasi merupakan salah satu keterampilan penting yang diperlukan dalam aktivitas usaha karena berkaitan dengan kemampuan mencapai kesepakatan yang memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Menurut Robbins dan Judge (2022), kemampuan negosiasi merupakan bagian dari keterampilan interpersonal yang sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis karena berkaitan dengan kemampuan memengaruhi pihak lain dan mencapai tujuan secara efektif.

Materi negosiasi bisnis meliputi strategi membangun hubungan dengan pelanggan, teknik melakukan penawaran produk, serta cara menghadapi berbagai situasi dalam proses transaksi. Tim pelaksana

menekankan bahwa negosiasi yang baik bukan semata-mata bertujuan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memiliki kemampuan mendengarkan kebutuhan pelanggan dan menciptakan suasana transaksi yang saling menguntungkan.

Untuk meningkatkan pemahaman peserta, metode *role play* atau bermain peran digunakan sebagai bagian dari proses pembelajaran. Peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan berbagai situasi yang biasa terjadi dalam kegiatan usaha, seperti melakukan penawaran harga, menjelaskan keunggulan produk, serta menangani keluhan pelanggan. Metode ini terbukti mampu meningkatkan keterlibatan peserta karena mereka dapat belajar melalui pengalaman secara langsung. Selain itu, suasana pembelajaran yang interaktif membuat peserta lebih mudah memahami materi yang disampaikan.

Pada hari kedua kegiatan, peserta mengikuti simulasi transaksi bisnis dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sederhana. Simulasi dilakukan dalam kelompok-kelompok kecil sehingga setiap peserta memperoleh kesempatan yang lebih luas untuk berlatih secara langsung. Kegiatan simulasi meliputi tahapan memperkenalkan produk, menjelaskan keunggulan produk, menawarkan harga, melakukan negosiasi, serta menutup transaksi dengan baik. Melalui simulasi tersebut peserta memperoleh pengalaman yang menyerupai kondisi nyata sehingga mereka dapat memahami bagaimana cara menerapkan materi yang telah diperoleh sebelumnya.

Pelaksanaan simulasi menunjukkan adanya perkembangan yang positif pada peserta. Pada awal kegiatan, sebagian peserta masih terlihat kurang percaya diri dalam menggunakan bahasa Inggris sederhana. Mereka merasa takut melakukan kesalahan dalam pengucapan maupun penggunaan kosakata. Namun setelah mengikuti berbagai latihan dan praktik secara berulang, peserta mulai menunjukkan keberanian untuk berbicara dan berinteraksi dengan peserta lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran yang berbasis praktik mampu meningkatkan kemampuan komunikasi peserta secara bertahap.

Salah satu temuan penting dalam kegiatan ini adalah meningkatnya rasa percaya diri peserta dalam menggunakan bahasa Inggris sederhana untuk mendukung aktivitas bisnis. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta mengaku merasa cemas dan kurang yakin terhadap kemampuan yang dimiliki. Rasa takut melakukan kesalahan menjadi salah satu faktor yang menyebabkan mereka enggan menggunakan bahasa Inggris dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mengaku lebih berani dan lebih percaya diri dalam menggunakan ungkapan-ungkapan sederhana yang telah dipelajari.

Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Kuntadi (2023) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara tingkat kecemasan dengan kemampuan berbicara bahasa Inggris. Semakin tinggi tingkat kecemasan seseorang, semakin rendah kemampuannya berbicara. Oleh karena itu, pendekatan pembelajaran yang bersifat partisipatif, komunikatif, dan berbasis praktik langsung mampu membantu peserta mengurangi kecemasan sekaligus meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi.

Secara umum, pelaksanaan pelatihan memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kemampuan komunikasi peserta. Sebelum pelatihan dilaksanakan, pemahaman peserta mengenai komunikasi bisnis masih sangat terbatas, kemampuan negosiasi masih rendah, dan penggunaan bahasa Inggris dalam kegiatan bisnis hampir tidak pernah dilakukan. Setelah mengikuti kegiatan, peserta menunjukkan perubahan yang cukup signifikan dalam aspek pengetahuan, keterampilan, maupun sikap. Peserta menjadi lebih memahami pentingnya komunikasi bisnis, lebih percaya diri dalam melakukan negosiasi, serta mampu menggunakan ungkapan-ungkapan bahasa Inggris sederhana dalam melayani pelanggan.

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang terjadi melalui kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi bisnis multibahasa memiliki kontribusi yang positif terhadap penguatan daya saing pelaku UMKM. Kemampuan komunikasi yang baik akan meningkatkan kualitas pelayanan kepada

pelanggan dan membuka peluang yang lebih besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas jaringan usaha. Hasil tersebut sejalan dengan berbagai penelitian yang menyatakan bahwa pengembangan kompetensi sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha mikro dan kecil.

Selain memberikan manfaat pada aspek ekonomi, kegiatan ini juga mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals* atau SDGs). Program ini berkontribusi terhadap pencapaian SDG 4 (*Quality Education*) melalui peningkatan kapasitas masyarakat dalam bidang komunikasi bisnis. Selanjutnya, kegiatan ini mendukung SDG 8 (*Decent Work and Economic Growth*) melalui peningkatan daya saing pelaku UMKM. Kegiatan ini juga mendukung SDG 9 (*Industry, Innovation and Infrastructure*) melalui penguatan kompetensi masyarakat dalam menghadapi pasar global yang semakin kompetitif. Di samping itu, kolaborasi antara STEBI Bina Essa Bandung Barat, President University, Politeknik LP3I Jakarta, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dan Pemerintah Desa Bantar Agung merupakan implementasi dari SDG 17 (*Partnerships for the Goals*) yang menekankan pentingnya kemitraan dalam mencapai pembangunan yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah memberikan kontribusi yang positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Desa Bantar Agung Kabupaten Majalengka. Melalui pelatihan komunikasi bisnis multibahasa, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru, tetapi juga mengalami peningkatan rasa percaya diri dalam berkomunikasi dan melayani pelanggan. Peningkatan kemampuan tersebut diharapkan dapat menjadi modal penting bagi pelaku UMKM dalam memperluas pasar, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat daya saing usaha pada era globalisasi dan transformasi ekonomi yang semakin dinamis.



Gambar 2: Dokumentasi kegiatan PKM di ruang Serbaguna, kantor desa Bantar Agung kabupaten Majalengka, Jawa Barat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Komunikasi Bisnis Multibahasa untuk Negosiasi dan Transaksi Bisnis UMKM di Desa Bantar Agung Kabupaten Majalengka telah terlaksana dengan baik

pada tanggal 8–9 Mei 2026 dengan melibatkan 11 pelaku UMKM. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam komunikasi bisnis, negosiasi, serta penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sederhana dalam transaksi bisnis.

Pendekatan berupa ceramah, diskusi, simulasi, dan praktik langsung terbukti mampu meningkatkan pemahaman serta rasa percaya diri peserta dalam berkomunikasi. Selain itu, kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM lokal dalam menghadapi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif.

Kolaborasi antara STEBI Bina Essa Bandung Barat, President University, Politeknik LP3I Jakarta, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dan Pemerintah Desa Bantar Agung menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat serta penguatan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Desa Bantar Agung Kabupaten Majalengka atas dukungan dan kerja sama yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh peserta dari unsur UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini.

Penghargaan yang setinggi-tingginya disampaikan kepada STEBI Bina Essa Bandung Barat, President University, Politeknik LP3I Jakarta, dan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya atas dukungan akademik dan kolaborasi yang telah terjalin sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, D. A. (2020). Building Strong Brands in the Digital Era. *Journal of Brand Management*, 27(4), 421–433.
- Aribowo, H., & Wijaya, T. (2023). Pendampingan Pemasaran Digital bagi UMKM Berbasis Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 118–126.
- Brown, H. D. (2021). *Principles of Language Learning and Teaching* (7th ed.). Pearson Education.
- Handayani, T., & Sari, D. (2022). Strategi Branding Produk UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 45–53.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan UMKM Indonesia Tahun 2024*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kuntadi, P. (2023). The Correlation Between Students' Level of Anxiety and Their English-Speaking Skill. *JOLADU: Journal of Language and Education*, 2(1). <https://doi.org/10.58738/joladu.v2i1.343>
- Maulana, A., & Nugraha, R. (2024). Pemanfaatan Marketplace dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*, 4(1), 56–67.
- Rahmawati, E., & Hidayat, S. (2023). Digitalisasi UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(2), 77–86.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational Behavior* (19th ed.). Pearson.
- Susanti, N., & Kurniawan, F. (2021). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Branding dan Pemasaran Digital. *Jurnal Abdimas*, 7(1), 11–20.
- Tarigan, H. G. (2021). *Berbicara sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Yule, G. (2020). *The Study of Language* (7th ed.). Cambridge University Press.