

Pembuatan Buku Saku Dwibahasa Komunikasi Bisnis Dasar untuk UMKM Desa Cigugurgirang, Kabupaten Bandung Barat

**Iis Sulyaningsih, Sri Dewiyanti, Esti Sugiharti, Mohammad Febryanto*, Anggi Rizky
Firdhani, Faza Hannan Purinanda, Ilma Yullinda Rahmah, Khoirun Nisaa' Arnoi,
Listya Arum Ridhawati, Yulizar Komarawan**

Jurusan Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Bandung

*Penulis korespondensi: m.febryanto@polban.ac.id

Dikirim : 16 September 2025

Direvisi : 29 September 2025

Diterima : 30 September 2025

Abstrak: Di Desa Cigugurgirang, Kecamatan Parongpong, beragam kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan besar terhadap peningkatan perekonomian hingga kesejahteraan masyarakat. Banyak pelaku UMKM yang menghasilkan produk hingga melakukan kegiatan pemasaran melalui jaringan digital antara lain media sosial dan marketplace, meskipun terkendala pada penguasaan bahasa asing, khususnya berbahasa Inggris. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan PkM ini adalah membuat buku saku panduan praktis yang mudah dipahami, kontekstual, dan aplikatif yang dapat digunakan langsung oleh pelaku UMKM dalam berbagai situasi komunikasi bisnis sehari-hari untuk membantu mereka dalam memasarkan produknya. Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini terdiri atas tiga tahapan utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Setiap tahapan dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa program berjalan dengan baik dan memiliki dampak yang berkelanjutan. Hasil dari kegiatan PkM ini adalah buku saku dwibahasa Komunikasi Bisnis Dasar yang terdiri atas 8 bab: memperkenalkan diri, memperkenalkan produk, mendeskripsikan produk, menjelaskan cara bayar, menjelaskan cara bernegosiasi, menjelaskan tentang pengiriman produk, dan tips dan strategi berkomunikasi.

Kata kunci: buku saku, dwibahasa, komunikasi bisnis, UMKM

Abstract: In Cigugurgirang Village, Parongpong District, various micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a major role in improving the economy and welfare of the community. Many MSME players produce products and conduct marketing activities through digital networks, including social media and marketplaces, despite being constrained by their command of foreign languages, especially English. Therefore, the objective of this Community Service Program (PkM) is to create a practical, easy-to-understand, contextual, and applicable pocket guide that MSME actors can use directly in various everyday business communication situations to help them market their products. The implementation method of this Community Service Program (PkM) consists of three main stages: preparation, implementation, and evaluation. Each stage is carried out systematically to ensure that the program runs well and has a sustainable impact. The result of this PkM activity is a bilingual pocketbook on Basic Business Communication consisting of 8 chapters: Greeting, introducing product, describing product, explaining payment methods, explaining how to negotiate, explaining product delivery, and communication tips and strategies.

Keywords: bilingual, business communication, MSMEs, pocketbook

Volume 6, Nomor 3, September 2025 | 1558

Pembuatan Buku Saku Dwibahasa Komunikasi Bisnis Dasar untuk UMKM Desa Cigugurgirang,
Kabupaten Bandung Barat

**Iis Sulyaningsih, Sri Dewiyanti, Esti Sugiharti, Mohammad Febryanto, Anggi Rizky Firdhani,
Faza Hannan Purinanda, Ilma Yullinda Rahmah, Khoirun Nisaa' Arnoi, Listya Arum Ridhawati,
Yulizar Komarawan**

<https://doi.org/10.26874/jakw.v6i3.1088>

1. Pendahuluan

Desa Cigugurgirang terletak di Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, dengan batas administratif yang meliputi Desa Karyawangi dan Cihideung di utara, Desa Ciwaruga di selatan, Desa Cihideung di timur, serta Desa Karyawangi di barat. Secara geografis, desa ini memiliki luas wilayah sekitar 411,5 hektare dan terdiri dari 18 kampung yang dihuni oleh 5.000 kepala keluarga dengan total jumlah penduduk mencapai 13.120 jiwa. Desa ini berjarak sekitar 7,6 km dari kampus Politeknik Negeri Bandung.

Sebagian besar penduduk Desa Cigugurgirang menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama. Selain bertani, masyarakat juga aktif dalam berbagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga. Keberadaan UMKM ini tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan rumah tangga, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha baru bagi masyarakat desa.

Keberadaan UMKM di Desa Cigugurgirang menjadi bagian dari strategi pemberdayaan masyarakat yang dikelola oleh organisasi kemasyarakatan, seperti Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). PKK memiliki peran strategis dalam mengembangkan potensi ekonomi desa melalui berbagai program yang tertuang dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2020 Pasal 39 Ayat 1. Selain itu, Pasal 47 peraturan tersebut menekankan pentingnya pengembangan ekonomi berbasis koperasi dan UMKM.

Berbagai jenis UMKM telah berkembang di desa ini, meliputi UMKM di bidang makanan dan minuman (tempe, tahu, risoles, zupa-zupa, *brownies*, cilok, ulen, rangginang, dan olahan makanan tradisional), minuman olahan (susu murni dan yogurt), batik teknik shibori, serta usaha perdagangan hasil pertanian seperti sayuran dan bunga. Salah satu keunggulan UMKM di desa ini adalah lokasinya yang strategis, dekat dengan destinasi wisata di Lembang, yang membuka peluang besar bagi pemasaran produk ke pasar yang lebih luas.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi masyarakat, pemasaran produk UMKM tidak lagi terbatas pada skala lokal, melainkan telah merambah ke pasar nasional dan internasional. Saat ini, banyak pelaku UMKM telah memanfaatkan teknologi digital seperti Instagram, Facebook, dan *marketplace* daring untuk memperluas jangkauan pasar (Chusumastuti dkk., 2023; Heryadi dkk., 2023; Liyanti & Ibnu, 2022). Namun,

dalam interaksi bisnis dengan pelanggan dari luar negeri, keterbatasan kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris menjadi kendala utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha (Adanlawo *et al.*, 2021; Muramalla, 2019).

Kemampuan komunikasi bisnis dalam bahasa Inggris menjadi aspek krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar global (Irwandi dkk., 2023; Setiawan & Wahyuningsih, 2023; Wahyuningsih & Untsa, 2023). Pemahaman yang kurang terhadap istilah dan strategi komunikasi bisnis berpotensi menyebabkan miskomunikasi yang dapat berdampak pada penurunan kepercayaan pelanggan. Selain itu, keterbatasan kemampuan berbahasa Inggris juga menghambat akses UMKM terhadap peluang kemitraan bisnis internasional, pelatihan global, serta pengembangan jejaring bisnis yang lebih luas. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi yang praktis dan aplikatif untuk meningkatkan keterampilan komunikasi pelaku UMKM dalam interaksi bisnis lintas bahasa dan budaya.

Buku saku dipilih sebagai media pembelajaran karena memiliki ukuran yang ringkas, mudah dibawa, dan dapat digunakan kapan saja sesuai kebutuhan. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa buku saku efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pembelajaran mandiri (Jehanut, 2021; Trianasari dkk., 2024). Buku ini akan dirancang dengan pendekatan komunikatif yang memungkinkan pengguna untuk memahami dan menerapkan frasa-frasa penting dalam interaksi bisnis secara langsung. Selain itu, buku saku ini juga akan mencakup skenario bisnis yang umum terjadi dalam transaksi internasional negosiasi, pemasaran, dan pelayanan pelanggan (Badger & Seldon, 2003).

Dengan berbagai potensi dan tantangan yang ada, diperlukan upaya lebih lanjut untuk mengembangkan Desa Cigugurgirang melalui peningkatan keterampilan komunikasi bisnis bagi pelaku UMKM. Program PkM ini diharapkan dapat memberikan solusi konkret dengan menyediakan buku saku dwibahasa sebagai panduan praktis dalam berbagai situasi bisnis. Buku saku yang disusun dalam program ini akan menjadi panduan praktis yang dapat digunakan dalam berbagai situasi bisnis, membantu UMKM dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih profesional, serta mendukung pemasaran produk secara lebih luas. Melalui strategi komunikasi yang lebih profesional dan efektif, pelaku UMKM dapat meningkatkan pemasaran produk serta memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, program ini berkontribusi dalam memperkuat daya saing UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

2. Metode

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini terdiri atas tiga tahapan utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Setiap tahapan dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa program berjalan efektif dan memberikan dampak yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM di Desa Cigugurgirang. Tahapan pelaksanaan kegiatan ini dijabarkan sebagai berikut:

Tahap 1: Persiapan

Pada tahap awal atau persiapan, tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melakukan kunjungan ke Kantor Desa Cigugurgirang untuk bertemu dengan Kepala Desa atau perwakilannya serta beberapa pelaku UMKM. Kunjungan ini bertujuan untuk menjelaskan program yang akan dilaksanakan dan mengidentifikasi kebutuhan mitra terkait komunikasi bisnis. Identifikasi ini sangat penting karena memungkinkan penyusunan materi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam interaksi bisnis sehari-hari. Informasi yang diperoleh dari pertemuan awal ini akan menjadi dasar dalam menentukan konten buku saku sehingga hasilnya benar-benar relevan dengan kebutuhan pengguna.

Tahap 2: Pelaksanaan

Pelaksanaan pembuatan buku saku terdiri dari beberapa langkah sistematis yang memastikan konten yang disusun tepat sasaran dan aplikatif bagi pelaku UMKM. Pertama, melakukan *focus group discussion* (FGD) dengan mitra FGD merupakan metode pengumpulan data yang efektif dalam memahami kebutuhan spesifik pengguna. Dalam kegiatan ini, tim PkM akan mengadakan diskusi dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi tantangan komunikasi bisnis yang mereka hadapi. Diskusi ini mencakup aspek seperti kesulitan dalam negosiasi, pemasaran, layanan pelanggan, dan komunikasi dengan mitra bisnis asing. Hasil FGD ini akan menjadi dasar dalam penyusunan konten buku saku agar sesuai dengan kebutuhan nyata para pelaku usaha.

Kedua, menyusun kerangka penulisan buku saku setelah mengidentifikasi kebutuhan mitra. Kerangka ini mencakup struktur buku mulai dari sampul hingga isi, termasuk pembagian bab dan subbab berdasarkan tema utama seperti frasa penting dalam komunikasi bisnis, panduan percakapan, dan etika bisnis. Penyusunan kerangka dilakukan untuk memastikan keterpaduan dan koherensi isi buku agar lebih mudah dipahami oleh pembaca.

Ketiga, menyusun draf buku saku. Draft buku saku mulai ditulis berdasarkan kerangka yang telah disusun. Draft ini dibuat dengan mempertimbangkan tingkat pemahaman pengguna dan menggunakan bahasa yang sederhana serta aplikatif agar dapat langsung diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari. Keempat, mendiskusikan konten draft buku saku dengan mitra. Setelah draft awal selesai, tim PkM akan kembali berdiskusi dengan mitra untuk meminta masukan dan validasi. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa isi buku sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tidak ada informasi yang kurang atau berlebihan. Proses ini juga memungkinkan adanya revisi sebelum buku memasuki tahap produksi.

Kelima, mencetak *dummy* atau contoh buku saku. Setelah konten disetujui, buku saku akan melalui tahap desain dan pencetakan *dummy*. Desain mencakup aspek visual seperti sampul, tata letak teks, dan pemilihan font agar buku mudah dibaca dan menarik bagi pengguna. Format buku saku yang ringkas akan memudahkan pelaku UMKM untuk membawanya ke mana-mana dan menggunakannya saat dibutuhkan. Keenam, mencetak buku saku. Setelah revisi akhir dilakukan berdasarkan umpan balik dari mitra, buku saku akan dicetak dalam jumlah yang cukup untuk didistribusikan kepada para pelaku UMKM. Tahap ini memastikan bahwa semua perbaikan telah dilakukan dan buku siap digunakan sebagai referensi praktis dalam komunikasi bisnis.

Ketujuh, sosialisasi buku saku tahap terakhir adalah sosialisasi penggunaan buku saku kepada mitra. Tim PkM akan memberikan arahan tentang cara menggunakan buku ini secara efektif dalam interaksi bisnis sehari-hari. Selain itu, untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan isi buku saku, akan dilakukan simulasi percakapan bisnis. Simulasi ini melibatkan peserta dalam memainkan peran sebagai penjual dan pelanggan dalam berbagai situasi bisnis. Metode ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada pelaku UMKM sehingga mereka lebih percaya diri dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan mitra bisnis. Dengan adanya simulasi, buku saku tidak hanya menjadi bahan bacaan, tetapi juga alat pembelajaran interaktif yang membantu meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis secara praktis.

Tahap 3: Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui tanya jawab dengan mitra UMKM mengenai manfaat buku saku dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis mereka. Evaluasi berbasis umpan balik langsung dari pengguna akhir sangat penting untuk menilai efektivitas suatu bahan

pembelajaran.

3. Hasil dan Diskusi

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang berfokus pada penyusunan buku saku Dwibahasa Komunikasi Bisnis Dasar untuk UMKM Desa Cigugurgirang telah mencapai hasil yang sangat memuaskan. Hal ini dapat terlihat pada setiap proses yang terstruktur dari tahap persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi memastikan bahwa setiap langkah berjalan efektif dan relevan dengan kebutuhan mitra.

3.1. Tahap Persiapan: Identifikasi Kebutuhan Mitra

Pada tahap persiapan, tim PkM melakukan kunjungan langsung ke Desa Cigugurgirang untuk berinteraksi dengan Kepala Desa dan pelaku UMKM pada tanggal 26 Mei 2025. Kunjungan ini menghasilkan berupa pemahaman mendalam tentang tantangan komunikasi bisnis yang nyata yang dihadapi oleh mitra. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, tim dapat mengidentifikasi kebutuhan spesifik, seperti kesulitan dalam bernegosiasi, melayani pelanggan asing, dan memasarkan produk.

3.2. Tahap Pelaksanaan: Proses Partisipatif dan Adaptif

Tahap pelaksanaan adalah inti dari program ini, yang dilakukan secara partisipatif dan adaptif dengan mitra.

Diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan Mitra

Diskusi kelompok terfokus (FGD) dilaksanakan pada tanggal 18 Juni 2025 dan berhasil mengidentifikasi secara detail kesulitan komunikasi yang spesifik, seperti pertanyaan yang sering ditanyakan oleh para pembeli, penggunaan frasa yang diperlukan, dan kendala dalam merespons pertanyaan pelanggan asing. Kegiatan FGD dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan FGD

Selain itu, kegiatan FGD dapat memetakan jenis-jenis UMKM yang ada atau yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan PkM ini. Jenis UMKM dapat dikategorikan menjadi bidang makanan dan minuman, pakaian atau kain batik, dan tanaman hias. Hasil FGD ini membantu tim PkM untuk memprioritaskan topik-topik krusial dalam buku saku, menjadikannya alat yang sangat personal dan berguna.

Penyusunan dan Diskusi Draf

Proses penyusunan kerangka dan draf buku saku dilakukan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, sesuai dengan tingkat pemahaman pengguna, yaitu tingkat dasar. Pertama diskusi konten draf buku saku dilakukan antartim PkM, seperti yang terlihat pada Gambar 2. Diskusi konten meliputi jumlah bab yang harus ada dalam buku saku, judul setiap bab, dan subbab yang harus ada dalam buku saku. Diskusi konten dilakukan sebanyak empat (4) kali pertemuan. Pertemuan pertama pada tanggal 26 Juni 2025, kedua secara daring pada tanggal 9 Juli 2025, ketiga pada tanggal 14 Juli 2025, dan terakhir pada tanggal 21 Juli 2025.



Gambar 2. Diskusi draf buku saku oleh tim PkM

Kedua, setelah draf buku saku sudah terbentuk kemudian tim mendiskusikan dengan mitra karena ini merupakan langkah krusial. Umpan balik langsung dari pelaku UMKM memastikan bahwa isi buku akurat dan tidak ada informasi yang terlewatkan. Tahap ini menunjukkan adanya kolaborasi yang erat antara tim PkM dan mitra, menghasilkan produk yang diterima dan divalidasi oleh pengguna. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 6 Agustus 2025 dan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Diskusi dan uji coba draf buku saku dengan mitra

Buku saku

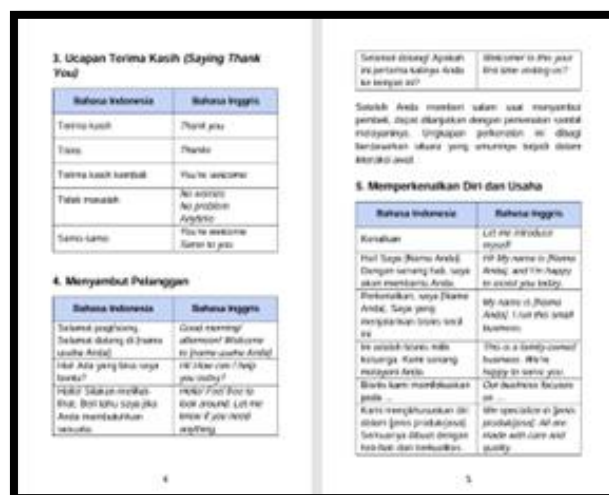
Buku saku yang dicetak dengan ukuran *pocket* (11 x 18 cm) sehingga praktis dibawa dan digunakan oleh para pelaku UMKM. Jumlah halamannya sekitar 105 halaman, dengan ketebalan yang masih tetap nyaman karena dicetak dengan kertas HVS. Sampul dicetak dengan warna dasar putih dengan desain sederhana, tetapi

profesional. Desain, termasuk di antaranya judul dua bahasa dan ilustrasi, ditampilkan menggunakan kombinasi dua warna Polban: oranye dan biru tua. Tata letak isi buku dibuat dengan kombinasi bahasa Indonesia dan bahasa Inggris secara berdampingan untuk memudahkan penggunaan dan praktik langsung oleh pembaca. Gambar 4 merupakan sampul dari buku saku.



Gambar 4. Sampul dan daftar isi buku saku

Dari isi buku ini, langkah-langkah dalam setiap bab didasarkan pada tahapan transaksi antara pelaku UMKM dan pelanggan. Isi buku mencakup berbagai situasi umum, seperti menyapa dan memperkenalkan diri kepada pelanggan, memperkenalkan produk, menegosiasikan harga, membahas pembayaran, memproses pengemasan, hingga menangani keluhan konsumen. Setiap bab dilengkapi dengan contoh ungkapan praktis, percakapan singkat, kosakata penting, dan catatan yang relevan. Penjelasan dalam buku ini seluruhnya menggunakan bahasa Indonesia, tetapi ungkapan, percakapan, dan kosakata disajikan dalam dua bahasa (Indonesia–Inggris). Dengan demikian, buku saku ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan belajar bahasa Inggris, tetapi juga sebagai alat praktis untuk meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam berkomunikasi dengan pelanggan domestik maupun internasional. Contoh isi buku saku dapat dilipat pada Gambar 5.



Gambar 5. Bagian isi buku saku

Sosialisasi dan Simulasi

Sosialisasi buku saku yang dilaksanakan pada tanggal 3 September 2025 menjadi puncak dari tahap kegiatan PkM ini. Buku yang telah dicetak, didistribusikan, dan simulasi percakapan bisnis menjadi metode yang sangat efektif untuk mempraktikkannya. Hasil dari simulasi ini adalah peningkatan kepercayaan diri para pelaku UMKM dalam berkomunikasi. Mereka tidak hanya memahami isi buku, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam situasi nyata, menjadikan buku saku lebih dari sekadar bahan bacaan, tetapi alat pembelajaran praktis. Kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Sosialisasi dan simulasi buku saku

3.3. Tahap Evaluasi: Menilai Dampak dan Akuntabilitas

Evaluasi yang dilakukan melalui tanya jawab dengan mitra yang bersamaan dengan kegiatan sosialisasi dan simulasi menunjukkan dampak positif langsung dari program. Umpan balik dari pengguna akhir memberikan bukti nyata bahwa buku saku telah membantu mereka meningkatkan keterampilan komunikasi bisnis. Evaluasi ini juga menjadi dasar bagi tim PkM untuk menyusun laporan kegiatan sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik, menunjukkan bahwa program ini tidak hanya berhasil secara praktis, tetapi juga memenuhi standar akademis.

4. Kesimpulan

Hasil dari kegiatan PkM ini adalah buku saku Dwibahasa Komunikasi Bisnis Dasar bagi pelaku UMKM. Jumlah halaman buku saku ini sekitar 105 halaman yang dicetak dengan kertas HVS. Sampul buku warna dasar putih termasuk diantaranya judul dua bahasa dan ilustrasi, ditampilkan menggunakan kombinasi dua warna, oranye dan biru tua. Isi buku mencakup berbagai situasi umum, seperti menyapa dan memperkenalkan diri kepada pelanggan, memperkenalkan produk, menegosiasikan harga, membahas pembayaran, memproses pengemasan, hingga menangani keluhan konsumen. Setiap bab dilengkapi dengan contoh ungkapan praktis, percakapan singkat, kosakata penting, dan catatan yang relevan. Penjelasan dalam buku ini seluruhnya menggunakan bahasa Indonesia, tetapi ungkapan, percakapan, dan kosakata disajikan dalam dua bahasa (Indonesia–Inggris).

Pada tahap sosialisasi dan simulasi terlihat bahwa buku saku ini membantu para mitra untuk dapat menerapkannya secara langsung. Melalui simulasi percakapan bisnis, peserta terlihat lebih percaya diri melakukan percakapan dalam bahasa Inggris. Hal ini dapat disimpulkan bahwa produk buku saku dwibahasa memberikan hasil yang positif bagi para pelaku UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Politeknik Negeri Bandung melalui P3M yang telah membiayai kegiatan PkM ini dengan nomor kontrak 162.6/R7/PE.08.01/2025.

Daftar Referensi

- Adanlawo, E.F., Reddy, M.M., & Rugbeer, H. 2021. Intercultural business communication: The implications of language barriers, *Psychology and Education Journal*, 58(5), 6281-6290.
- Badger, I. & Seldon, A. 2003. *Everyday Business English*, Pearson Education Limited, Harlow.
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A.Y. 2023. Pengaruh *Digital Marketing* dan Kompetensi Wirausaha terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat, *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(2), 83-93.
doi: 10.58812/jbmws.v2i02.334
- Heryadi, D.Y., Ekowati, D. & Chusumastuti, D. 2023. Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat, *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 94-107.
doi: 10.52005/bisnisan.v5i1.137
- Irwandi, Ilham, & Isnaini, Y. 2023. Pelatihan Bahasa Inggris bagi Pelaku Usaha di Sentra Industri Kerajinan Emas, Perak dan Mutiara Sekarbela, *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 996-1001.
doi: 10.31764/jpmb.v7i2.14573
- Jehanut, M.A. 2021. Pembelajaran Menggunakan *Pocket Book* untuk Meningkatkan Kemampuan Kosakata Bahasa Inggris Selama Masa Pandemi Covid-19, *Journal of Empowerment and Community Service (JECSR)*, 1(1), 10-14.
doi: 10.53622/jecsr.v1i01.52
- Liyanti, N. & Ibnu, A.R. 2022. Pengembangan Pemasaran UMKM Melalui Sosial Media Desa Bendungan Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor, *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 179-184.
doi: 10.30997/almujtamae.v2i2.6329
- Muramalla, V.S.S.R. 2019. Language barriers of the sales force in personal selling, *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 13(3), 136-146.
doi: 10.24052/JBRMR/V13IS03/ART-13
- Setiawan, M.R. & Wahyuningsih, S. 2023. The Role of English in the Business World for Import-Export Entrepreneurs: Insight from the Indonesian Furniture Industry, *Scope: Journal of English Language Teaching*, 8(1), 132-138.
doi: 10.30998/scope.v8i1.17938
- Trianasari, E., Mukti, M., & Subayil. 2024. Pengembangan Buku Saku dan *English Bridging Course* bagi Pengelola *Homestay* di Banyuwangi, *Community Development Journal*, 5(1), 2411-2416.
doi: 10.31004/cdj.v5i1.21758

Wahyuningsih, S. & Untsa, F.Z. 2023. English as Business Lingua Franca: Examining the Use of English in Indonesian Online Business, *ELT-Lectura*, 10(2), 96-104.
doi: 10.31849/elt-lectura.v10i2.13699