

## PENGARUH KETERAMPILAN KOMUNIKASI BAHASA INGGRIS TERHADAP MARKETING DALAM BISNIS BERBASIS DIGITAL

Pipit Mulyah, Fathurohim, Ahmad Maliki, Muhamad Habib, Indri, Jouharotul Mufieda<sup>1</sup>

<sup>1</sup>STAI Sufyan Tsauri Majenang

<sup>1</sup>Jl. KH. Sufyan Tsauri Po Box 18 Majenang 53257 Kab. Cilacap

<sup>1</sup>pipitmulyahoke@gmail.com

---

### Abstract

This study was conducted to collect sufficient information on the influence of English communication skills on marketing in digital business. The method used in this study is through a qualitative study that collects data by interviews with business people in the city of Majenang, Cilacap. The results of this study show the role of English is more used as the language of instruction or Lingua Franca which is necessary for influence in business and marketing. The use of English is most widely done in online marketing. The correct or standard use of English is not strictly necessary for business and marketing purposes. Most research states that English has a considerable influence on business and marketing. Based on the results of this interview, it can be concluded that English plays an important role as one of the communication tools for business and marketing purposes.

**Keywords:** *marketing, English, communication, digital business.*

### Abstrak

Studi ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang cukup terhadap Pengaruh keterampilan komunikasi Bahasa Inggris terhadap pemasaran dalam bisnis berbasis digital. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah melalui studi kualitatif yang mengumpulkan data dengan wawancara pada pebisnis di kota Majenang, Cilacap. Hasil dari studi ini menunjukkan peranan Bahasa Inggris lebih digunakan sebagai bahasa pengantar atau Lingua Franca yang perlu untuk pengaruh dalam bisnis dan pemasaran. Penggunaan Bahasa Inggris paling banyak dilakukan di marketing online. Penggunaan Bahasa Inggris yang benar atau sesuai standar tidak terlalu dibutuhkan untuk tujuan bisnis dan pemasaran. Penelitian paling banyak menyebutkan bahwa Bahasa Inggris memberikan pengaruh yang cukup besar bagi bisnis dan pemasaran. Berdasar hasil wawancara ini maka dapat disimpulkan bahwa Bahasa Inggris memegang peranan penting sebagai salah satu alat komunikasi untuk tujuan bisnis dan pemasaran.

**Kata Kunci:** *pemasaraan, Bahasa Inggris, komunikasi, bisnis digital.*

---

## PENDAHULUAN

Kecamatan Majenang, Cilacap, merupakan sebuah wilayah yang berkembang pesat dalam hal bisnis dan perdagangan. Globalisasi dan perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang besar bagi pelaku bisnis di daerah ini untuk terlibat dalam perdagangan internasional dan pasar global. Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung secara global, keterampilan komunikasi bahasa Inggris telah menjadi aset berharga. Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan komunikasi *online*, bahasa Inggris bukan hanya menjadi alat komunikasi lintas batas, tetapi juga menjadi kunci akses ke informasi, sumber daya, dan peluang bisnis global. Oleh karena itu, pemahaman dan penguasaan bahasa Inggris dalam konteks bisnis berbasis digital menjadi sangat penting. Namun, di Majenang, Cilacap, terdapat permasalahan terkait tingkat keterampilan komunikasi bahasa Inggris dalam kalangan pebisnis lokal (Aprizal & Wibasuri, n.d.). Kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris yang baik dan efektif menjadi salah satu faktor kunci dalam menjalin hubungan bisnis, mengejar peluang pasar global, dan meningkatkan produktivitas perusahaan. Ketidakmampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris dapat menjadi hambatan dalam menjalankan bisnis internasional dan memanfaatkan teknologi digital (George et al., 2023a).

Penelitian mendorong individu dan pemangku kepentingan bisnis di Majenang, Cilacap, untuk meningkatkan kualitas keterampilan komunikasi bahasa Inggris mereka. Pelatihan bahasa Inggris berbasis digital dapat diintegrasikan dalam program pendidikan dan pelatihan bisnis lokal (Mulyah P., 2021). Hasil

penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana penggunaan keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital dapat meningkatkan daya saing bisnis di tingkat lokal dan internasional. Bisnis yang mampu berkomunikasi dengan baik dalam bahasa Inggris dapat lebih mudah menjalin hubungan dengan mitra bisnis internasional dan mengejar peluang pasar global. Kemudian dapat mendorong lebih banyak pengusaha dan pebisnis di Majenang, Cilacap, untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk meningkatkan keterampilan bahasa Inggris mereka. Ini termasuk pemanfaatan platform e-learning, aplikasi pembelajaran, video konferensi, dan sumber daya online lainnya (Chairiyani, 2013; Estiningsih & Sundari, 2019). Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya keterampilan bahasa Inggris dalam bisnis global, hasil penelitian ini dapat memotivasi pelaku bisnis untuk menjalin kemitraan dan kerjasama bisnis internasional yang lebih kuat. Ini dapat membuka peluang untuk pertumbuhan dan ekspansi bisnis di tingkat internasional.

Meskipun Bahasa Inggris bukanlah bahasa yang paling banyak digunakan secara keseluruhan di dunia, namun perannya sebagai bahasa komunikasi internasional sangat penting. Dalam konteks bisnis, Bahasa Inggris menjadi alat komunikasi yang vital ketika berkomunikasi dengan pebisnis dari berbagai negara (Rozalena Politeknik Piksi Ganesha, n.d.). Dalam era digital ini, Bahasa Inggris semakin mendapat perhatian karena internet telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun banyak bahasa digunakan dalam berkomunikasi *online*, sebagian besar konten internet, sekitar 52%, menggunakan Bahasa Inggris (Bumi et al., 2021a; Septiana, 2019). Ketidakmampuan berbahasa Inggris dapat mengakibatkan kehilangan akses terhadap lebih dari setengah isi internet, menghambat peluang untuk belajar dan mengembangkan diri.

Selain itu, dalam era industri 4.0, di mana teknologi digital memainkan peran kunci, Bahasa Inggris tetap menjadi bahasa internasional yang digunakan dalam berbagai sektor seperti pengembangan perangkat lunak dan jaringan global proyek teknologi. Kemampuan berbahasa Inggris menjadi keterampilan yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi perubahan dramatis dalam cara kita bekerja dan berinteraksi, terutama dengan perkembangan kecerdasan buatan (AI). Pentingnya Bahasa Inggris dalam konteks bisnis juga semakin terlihat, terutama dalam perusahaan multinasional dan industri seperti teknologi informasi dan perhotelan (Evi Mahsunah 1, 2021). Kemampuan berbahasa Inggris bukan hanya memberikan nilai tambah pada pekerja, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan keterampilan melalui platform e-learning yang umumnya menggunakan Bahasa Inggris.

Meskipun tantangan era digital dapat diakui, pembelajaran Bahasa Inggris menjadi lebih mudah dengan akses melimpah ke sumber daya *online* (Penttinen et al., 2022). Dengan meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris, individu tidak hanya memperoleh nilai tambah dalam karir mereka tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pengetahuan mereka (Mehta et al., 2023; Siti Mahripah, n.d.). Dalam konteks ini, Bahasa Inggris bukan hanya merupakan keterampilan, tetapi juga kunci membuka peluang dan mengikuti perkembangan teknologi dan informasi di era digital dan menuju ke akses Pasar Global.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji dampak keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital terhadap produktivitas pebisnis di Majenang, Cilacap. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kompetensi bahasa Inggris dalam dunia bisnis lokal, menganalisis dampak penggunaan teknologi digital dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bahasa Inggris, dan merumuskan rekomendasi untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing bisnis (Ermy Dikta Sumanik et al., 2022). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih baik tentang hubungan antara keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital dan produktivitas dalam dunia bisnis di Majenang, Cilacap. Hasil penelitian ini

diharapkan dapat menjadi landasan untuk pengembangan program pelatihan bahasa Inggris yang sesuai dengan kebutuhan bisnis lokal dan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam konteks ini.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana keterampilan komunikasi bahasa Inggris yang didukung oleh teknologi digital berpengaruh terhadap produktivitas dan kemampuan berbisnis di wilayah Majenang, Cilacap. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku bisnis lokal dalam meningkatkan kompetensi bahasa Inggris dan mengoptimalkan teknologi digital untuk tujuan bisnis di daerah tersebut.

## **METODE**

Penelitian terkait pengaruh keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital terhadap produktivitas dalam dunia bisnis di Majenang, Cilacap, menggunakan desain penelitian pendekatan kualitatif deskriptif. Populasi penelitian ini yaitu pebisnis di Majenang, Cilacap yang tergabung dalam group jual beli majenang. Kemudian, sampel yang mewakili populasi tersebut yaitu pebisnis yang pernah atau sedang mengikuti pelatihan Bahasa Inggris (Yuliah & Yudha Bakhti dan Dedy Setiawan, 2016). Teknik pengumpulan Data yang digunakan yaitu survei yang mencakup pertanyaan tentang keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital dan indikator produktivitas bisnis. Kemudian Wawancara mendalam dengan sejumlah pebisnis yang representatif untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam tentang pengaruh keterampilan bahasa Inggris terhadap bisnis yang dijalankan. Variabel Penelitian ini meliputi variabel independen (keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital) dan variabel dependen (produktivitas bisnis). Analisis Data menggunakan statistik untuk menganalisis data survei dan statistik deskriptif untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital dan produktivitas bisnis.

## **PEMBAHASAN**

### **Keterampilan komunikasi Bahasa Inggris**

Persepsi pebisnis berbasis digital terhadap kebutuhan keterampilan komunikasi bahasa Inggris bervariasi, meliputi kesadaran akan Pasar Global

“Pebisnis berbasis digital memiliki kesadaran akan pasar global dimana memandang keterampilan komunikasi bahasa Inggris sebagai suatu keharusan. Saya menyadari bahwa untuk menjangkau audiens yang lebih luas, berkomunikasi dengan mitra bisnis internasional, dan bersaing di tingkat global, kemampuan berbahasa Inggris sangat penting” (Pb1).

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa pebisnis berbasis digital melihat keterampilan komunikasi bahasa Inggris sebagai faktor diferensiasi yang dapat meningkatkan daya saing. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif dalam bahasa Inggris dapat memberikan keunggulan strategis, terutama dalam pasar yang penuh dengan persaingan. PeBisnis yang beroperasi secara digital sering kali berinteraksi langsung dengan konsumen melalui berbagai saluran online. Keterampilan komunikasi bahasa Inggris menjadi kunci dalam menyampaikan pesan pemasaran, memberikan layanan pelanggan, dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dari berbagai latar belakang budaya.

“Dalam pemasaran digital, konten berkualitas tinggi sangat penting. PeBisnis berbasis digital mengakui bahwa untuk menciptakan konten yang efektif dan menarik, keterampilan komunikasi bahasa Inggris tentu diperlukan. Hal ini mencakup penulisan teks iklan, materi promosi, dan konten website yang dapat mencapai audiens global” (Pb2).

Wawancara dengan Pb2 menunjukkan bahwa pebisnis digital berusaha membangun kemitraan dan jaringan bisnis internasional. Dalam konteks ini, keterampilan komunikasi bahasa Inggris menjadi kunci dalam bernegosiasi, menjalin kemitraan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan mitra bisnis dari berbagai negara. Bisnis berbasis digital sering memiliki tim yang tersebar geografis (Sri Rahayu, 2018a).

PeBisnis menyadari bahwa keterampilan komunikasi bahasa Inggris memainkan peran penting dalam memastikan kolaborasi yang efektif antar anggota tim, terlepas dari lokasi geografis mereka. Selain itu, perubahan cepat dalam teknologi dan tuntutan pasar digital menuntut pebisnis untuk terus beradaptasi. Mereka melihat keterampilan komunikasi bahasa Inggris sebagai sarana untuk mengakses informasi terkini, berpartisipasi dalam komunitas global, dan memahami tren pasar yang sedang berkembang.

“Reputasi global dapat menjadi faktor penentu keberhasilan bisnis digital. PeBisnis menyadari bahwa keterampilan komunikasi bahasa Inggris dapat membantu membangun citra merek yang positif di tingkat internasional, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kepercayaan konsumen global” (Pb3).

Pernyataan di atas menunjukkan pentingnya keterampilan komunikasi bahasa Inggris dalam konteks pemasaran dalam bisnis berbasis digital tidak dapat diabaikan. Keterampilan komunikasi bahasa Inggris memungkinkan para pemasar untuk berkomunikasi secara efektif dengan audiens global. Dalam bisnis berbasis digital, di mana target pasar dapat melibatkan individu dari berbagai negara, kemampuan untuk menyampaikan pesan pemasaran dengan jelas dalam bahasa Inggris memberikan keunggulan kompetitif. Dalam pemasaran digital, konten menjadi kunci. Keterampilan berbahasa Inggris memungkinkan tim pemasaran untuk membuat konten yang menarik, relevan, dan berkualitas tinggi. Ini termasuk pembuatan teks iklan, materi promosi, dan konten multimedia yang efektif untuk mencapai target audiens. Dalam bisnis berbasis digital, media sosial menjadi platform penting untuk berinteraksi dengan pelanggan dan memasarkan produk atau layanan (Yuliah & Yudha Bakhti dan Dedy Setiawan, 2016). Keterampilan berbahasa Inggris membantu dalam mengelola akun media sosial dengan baik, merespons pertanyaan atau umpan balik pelanggan secara efisien, dan membangun citra merek yang positif secara global. Pemasaran digital juga melibatkan optimasi mesin pencari (SEO). Keterampilan berbahasa Inggris diperlukan untuk merancang dan mengoptimalkan konten agar dapat mudah ditemukan oleh audiens internasional di mesin pencari. Keahlian ini sangat penting untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis. Bisnis berbasis digital sering kali terlibat dalam komunitas online, forum, atau platform diskusi global. Keterampilan berbahasa Inggris memungkinkan para pemasar untuk aktif berpartisipasi dalam diskusi, membangun hubungan dengan konsumen, dan meningkatkan kehadiran merek di pasar global. Keterampilan komunikasi bahasa Inggris membantu dalam menganalisis dan memahami perilaku konsumen global. Dengan demikian, pemasar dapat mengidentifikasi tren pasar, kebutuhan konsumen, dan preferensi secara lebih akurat, memungkinkan pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam situasi di mana bisnis digital melibatkan kemitraan atau negosiasi bisnis internasional, keterampilan berbahasa Inggris sangat penting. Kemampuan untuk bernegosiasi, menjalin kemitraan, dan menjaga hubungan bisnis dengan mitra dari berbagai negara memerlukan kemahiran komunikasi dalam bahasa Inggris.

Pemasaran bukan hanya sekadar menjadi satu departemen dalam perusahaan, melainkan sebuah proses yang memerlukan keterampilan dan wawasan untuk perencanaan pasar. Departemen pemasaran menjadi elemen kunci dalam struktur perusahaan. Dalam konteks ini, inovasi dalam divisi ini menjadi krusial untuk memperkenalkan produk secara efektif, mengingat persaingan bisnis yang semakin ketat. Pentingnya Bahasa Inggris dalam konteks pemasaran global juga ditekankan bahwa Bahasa Inggris telah menjadi bahasa global untuk bisnis. Untuk memasarkan produk di pasar internasional atau memperkenalkan produk luar negeri di pasar domestik, komunikasi global antar perusahaan menjadi suatu kebutuhan, dan Bahasa Inggris dianggap sebagai salah satu alat komunikasi yang vital (Bumi et al., 2021b; Intan Sari, 2020). Dengan demikian, keterampilan komunikasi bahasa Inggris tidak hanya meningkatkan efektivitas pemasaran dalam bisnis berbasis digital, tetapi juga membuka pintu untuk akses ke pasar global, meningkatkan daya saing, dan memperluas peluang bisnis secara keseluruhan.

### Marketing dalam bisnis berbasis digital dengan komunikasi Bahasa Inggris

Dalam era globalisasi, bisnis di Majenang, Cilacap, memiliki kesempatan untuk berhubungan dengan pasar internasional. Keterampilan komunikasi bahasa Inggris yang baik dapat membantu bisnis untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis. Ini bisa membuka peluang ekspansi dan peningkatan omset. Penggunaan alat komunikasi digital, seperti email, konferensi video, dan platform bisnis *online*, memainkan peran kunci dalam produktivitas bisnis. Kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris menunjukkan perusahaan di Majenang untuk berinteraksi dengan rekan bisnis internasional, mengerti pesan dengan lebih baik, dan menghindari kesalahpahaman yang bisa memperlambat proses bisnis.

Banyak sumber daya, tutorial, dan informasi tentang inovasi dan teknologi bisnis tersedia dalam bahasa Inggris (Deddy Sulestiyono, n.d.). Dengan keterampilan bahasa Inggris, bisnis di Majenang dapat mengakses informasi terbaru tentang tren industri, teknologi terkini, dan praktik terbaik. Ini bisa mendukung upaya inovasi dan peningkatan dalam bisnis mereka (Sri Rahayu, 2018b). Dalam bisnis yang melayani pelanggan internasional, komunikasi dalam bahasa Inggris dapat meningkatkan kualitas layanan. Dukungan pelanggan yang efektif, komunikasi pemasaran yang baik, dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pelanggan internasional dapat meningkatkan citra bisnis dan kepuasan pelanggan (Aristia et al., 2023; Yuliah & Yudha Bakhti dan Dedy Setiawan, 2016). Bisnis di Majenang yang memiliki tim dengan keterampilan komunikasi bahasa Inggris yang kuat berbasis digital mungkin memiliki keunggulan bersaing dalam bisnis lokal maupun di pasar global. Mereka dapat lebih cepat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, menjalin kemitraan strategis, dan merespons peluang bisnis dengan lebih baik.

Bahasa Inggris yang digunakan dalam *marketing* haruslah mudah dimengerti oleh masyarakat. Konsep bilingual, di mana *marketing* menggunakan dua bahasa, menjadi relevan dalam konteks ini. Oleh karena itu, ketepatan penggunaan bahasa Inggris dalam *marketing* pakaian dievaluasi berdasarkan beberapa aspek tertentu. Tata bahasa, atau grammar, menjadi faktor penting dalam bahasa. Grammar adalah deskripsi struktur bahasa dan cara unit linguistik membentuk kalimat (Astrid, 2021). Terdapat perbedaan tata bahasa antara bahasa Inggris dan bahasa ibu dapat menimbulkan masalah. Contohnya, tata bahasa Bahasa Inggris memerlukan penggunaan kata kerja seperti *enjoy, love, hope*, yang harus diikuti oleh infinitive atau verb+ing. Hal ini berbeda dengan tata bahasa Indonesia. Pemilihan kata dalam *marketing* harus diperhatikan agar tidak terjadi kesalahpahaman antara produsen dan konsumen.

Pilihan kata bahasa Inggris yang tidak tepat dapat menyebabkan gagalannya pemahaman terhadap maksud iklan. Penguasaan kosakata yang luas meningkatkan kemampuan memilih kata yang sesuai dengan maksud. Pilihan kata yang tepat dalam bahasa Inggris pada iklan di media sosial dapat memotivasi konsumen untuk membeli produk. Ejaan kata memiliki peran penting dalam bahasa, tidak hanya terkait dengan pelafalan, tetapi juga cara penulisan. Kesalahan ejaan dapat mengubah makna kata. Ejaan melibatkan cara penulisan kata atau kalimat dengan memperhatikan tanda baca dan huruf. Makna kata dalam bahasa Inggris pada iklan akan dipahami oleh konsumen. Setiap kata memiliki makna sendiri, dan perubahan dalam kata dapat memengaruhi makna secara keseluruhan. Oleh karena itu, pada *marketing* pakaian di media sosial, perhatian terhadap makna kata sangat penting agar iklan mudah dipahami oleh target audiens. Pentingnya kesesuaian makna kosakata dengan maksud yang ingin disampaikan.

Berikut beberapa alasan mengapa bahasa Inggris penting dalam komunikasi bisnis Bahasa Inggris adalah bahasa internasional yang digunakan dalam bisnis di seluruh dunia. Dengan menguasai bahasa Inggris, perusahaan dan individu dapat dengan mudah berkomunikasi dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pasar global. Ini membuka peluang ekspansi dan pertumbuhan bisnis di tingkat internasional (Siti Mahripah, 2022). Banyak bisnis saat ini memiliki mitra bisnis, pemasok, atau pelanggan dari berbagai negara. Berbicara bahasa Inggris memungkinkan bisnis untuk berinteraksi dengan beragam pihak secara lebih

efisien, mengurangi risiko kesalahpahaman, dan memperkuat hubungan bisnis. Banyak sumber daya, literatur, dan informasi terkait bisnis tersedia dalam bahasa Inggris (George et al., 2023b). Ini termasuk panduan industri, riset pasar, artikel, dan sumber daya lain yang diperlukan untuk mengikuti perkembangan terkini dalam bisnis dan teknologi. Dalam era digital, komunikasi bisnis sering terjadi melalui email, konferensi video, media sosial, dan platform online lainnya. Bahasa Inggris adalah bahasa umum dalam komunikasi digital, dan kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi (Dianda & Pandin, 2021; Sri Rahayu, 2018a).

Dalam bisnis yang melayani pelanggan internasional, keterampilan komunikasi dalam bahasa Inggris dapat meningkatkan kualitas layanan. Ini termasuk dukungan pelanggan yang lebih baik, kemampuan untuk mengatasi pertanyaan dan masalah pelanggan secara efisien, dan menciptakan pengalaman positif. Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, keterampilan berbahasa Inggris dapat memberikan keunggulan bersaing. Bisnis yang dapat berkomunikasi dengan lebih baik dalam bahasa Inggris dapat merespons perubahan pasar lebih cepat, menjalin kemitraan strategis, dan mendapatkan kepercayaan pelanggan (Mehta et al., 2023). Dengan demikian, bahasa Inggris menjadi alat yang sangat berharga dalam konteks bisnis global saat ini. Bagi perusahaan dan individu, investasi dalam meningkatkan keterampilan berbahasa Inggris dapat membantu membuka pintu ke peluang-peluang baru dan meningkatkan produktivitas serta daya saing dalam dunia bisnis yang semakin terhubung secara global.

### **KESIMPULAN**

Keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital memiliki dampak yang signifikan pada bisnis di Majenang, Cilacap. Banyak responden menganggap bahwa kemampuan berbahasa Inggris, terutama dalam konteks digital, sangat penting untuk berkomunikasi secara efektif dengan mitra bisnis internasional dan memanfaatkan peluang global. Responden secara konsisten menyatakan bahwa keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital berkontribusi positif terhadap produktivitas marketing bisnis mereka. Hal ini tercermin dalam efisiensi komunikasi, kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dan peningkatan kualitas layanan pelanggan. Keterampilan berbahasa Inggris memberikan bisnis di Majenang akses lebih baik ke informasi bisnis internasional, seperti panduan industri, riset pasar, dan praktik terbaik. Hal ini membantu mereka dalam membuat keputusan yang lebih informasi dan berorientasi pada pasar.

Keterampilan berbahasa Inggris juga membantu dalam membangun hubungan bisnis yang kuat dengan mitra bisnis internasional. Responden mengakui bahwa kemampuan ini membantu mereka dalam menjalin kemitraan dan mengkomunikasikan visi dan tujuan bisnis dengan lebih baik. Bisnis yang memiliki keterampilan komunikasi bahasa Inggris yang baik cenderung memiliki keunggulan bersaing. Mereka lebih siap untuk merespons perubahan pasar, mengikuti tren industri, dan memposisikan diri di pasar global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis di Majenang, Cilacap, mungkin melihat potensi peningkatan investasi dalam pelatihan keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital untuk karyawan mereka, mengingat dampak positif yang telah terbukti pada produktivitas.

Namun, penting untuk diingat bahwa penelitian ini adalah representasi pada titik waktu tertentu, dan faktor lain seperti infrastruktur teknologi, pelatihan karyawan, dan kebutuhan pasar mungkin juga berperan dalam pengaruh produktivitas bisnis di Majenang, Cilacap. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dan tindak lanjut dalam upaya meningkatkan keterampilan komunikasi bahasa Inggris berbasis digital dalam bisnis di wilayah tersebut bisa menjadi langkah yang berharga.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Aprizal, A., & Wibasuri, A. (N.D.). *Design Social Media Marketing Untuk Penjualan Produk Media Pembelajaran Bahasa Inggris*.

- Aristia, A., Kartikowati, S., & Natuna, D. A. (2023). The Effectiveness Of Mobile Learning Media Using Smart Apps Creator On Economic Subjects. *Insania : Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan*, 28(2), 153–170. <https://doi.org/10.24090/Insania.V28i2.8347>
- Astrid Fakultas Tarbiyah Iain Raden Fatah Palembang Jl Zainal Abidin Fikri No, A. K. (N.D.). *Pembelajaran Tata Bahasa Inggris Secara Komunikatif Dengan Penyajian Induktif Dan Pengintegrasian Keterampilan Berbahasa: Studi Kasus Di Kelas Bahasa Inggris I Di Iain Raden Fatah Palembang*.
- Bumi, P., Semarang, A., Utami, I. T., & Febriansyah, R. (2021a). Peranan Bahasa Inggris Dalam Peningkatan Pemasaran Ekspor Impor Komoditi Barang. In *National Seminar On Maritime And Interdisciplinary Studies* (Vol. 3, Issue 1).
- Bumi, P., Semarang, A., Utami, I. T., & Febriansyah, R. (2021b). Peranan Bahasa Inggris Dalam Peningkatan Pemasaran Ekspor Impor Komoditi Barang. In *National Seminar On Maritime And Interdisciplinary Studies* (Vol. 3, Issue 1).
- Chairiyani, R. P. (2013). *Pembelajaran Bahasa Inggris Untuk Bisnis Melalui E-Learning* (Vol. 4, Issue 2).
- Deddy Sulestiyono. (N.D.). *Perspektif-Bahasa-Inggris-Dalam-Bisnis*.
- Dianda, A., & Pandin, M. G. R. (2021). E-Commerce In Strengthening The Economy During The Covid-19 Pandemic: A Historical Review. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Jagaditha*, 8(2), 179–186. <https://doi.org/10.22225/Jj.8.2.2021.179-186>
- Ermy Dikta Sumanik, Axelon Samuel Renyaan, & Andrijanni. (2022). Penguatan Literasi Digital Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Bagi Guru-Guru Tk. *Abdikan: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(3), 307–312. <https://doi.org/10.55123/Abdikan.V1i3.643>
- Estiningsih, & Sundari. (2019). Factors Affecting Economic Performance Through Participation Of Zakat Recipient In Developing Business. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 24(3), 243–250. <https://doi.org/10.35760/Eb.2019.V24i3.2237>
- George, R., D'alessandro, S., Mehmet, M. I., Nikidehaghani, M., Evans, M. M., Laud, G., & Tedmanson, D. (2023a). On The Path To Decolonizing Health Care Services: The Role Of Marketing. *Journal Of Marketing*. <https://doi.org/10.1177/00222429231209925>
- George, R., D'alessandro, S., Mehmet, M. I., Nikidehaghani, M., Evans, M. M., Laud, G., & Tedmanson, D. (2023b). On The Path To Decolonizing Health Care Services: The Role Of Marketing. *Journal Of Marketing*. <https://doi.org/10.1177/00222429231209925>
- Intan Sari, H. (2020). Students' English Business Communication Self-Efficacy And Their Career Aspirations. *Edulite Journal Of English Education, Literature, And Culture*, 5(2), 214–224. <https://doi.org/10.30659/E.5.2>
- Mehta, K., Sharma, R., & Sharma, S. (2023). The Interaction Of Rate Schedule And Tax Revenue: An Evaluation Of The Laffer Effect. In *Int. J. Business And Globalisation* (Vol. 35, Issue 2).
- Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 Evi Mahsunah I.* (2021). <https://doi.org/10.37680/Qalamuna.V13i2.1257>
- Penelitian, J., & Akuntansi, E. (N.D.). *Analisis Efektifitas Iklan Media Televisi Menggunakan Epic Model (Studi Kasus Produk A Mild Di Kota Langsa)* (Vol. 1, Issue 2).
- Penttinen, V., Ciuchita, R., & Čaić, M. (2022). Youtube It Before You Buy It: The Role Of Parasocial Interaction In Consumer-To-Consumer Video Reviews. *Journal Of Interactive Marketing*, 57(4), 561–582. <https://doi.org/10.1177/10949968221102825>
- Pipit Mulyah. (2021). An Analysis Of English Used In Promoting Fashion In Social Media. *Jurnal Kata*, 5(1), 161–170. <https://doi.org/10.22216/Kata.V5i1.74>
- Rozalena Politeknik Piksi Ganesha, A. (N.D.). *Keterampilan Komunikasi Pelaku Bisnis Berbasis Konsep Industri 4.0*.
- Septiana, L. (2019). Analysis Of English For Business Administration Students. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 19(1), 23. <https://doi.org/10.33087/Jiubj.V19i1.563>
- Siti Mahriyah. (N.D.). *Cultural Issues In English For Specific Business Purposes (Esbp)*.
- Sri Rahayu, R. (2018a). *Studi Literatur: Peranan Bahasa Inggris Untuk Tujuan Bisnis Dan Pemasaran* (Vol. 1, Issue 4).
- Sri Rahayu, R. (2018b). *Studi Literatur: Peranan Bahasa Inggris Untuk Tujuan Bisnis Dan Pemasaran* (Vol. 1, Issue 4).
- Yuliah, S., & Yudha Bakhti Dan Dedy Setiawan, K. (2016). Analisis Kebutuhan Penggunaan Bahasa Inggris Melalui Iklan Lowongan Pekerjaan Di Media Cetak. In *Jurnal Bahasa Inggris Terapan* (Vol. 2).