

Peran Bahasa Indonesia dalam UMKM di Kecamatan Socah

Ahmad Zulfan Assabil¹, Fatma Putri Saida², Siti Lystia Choiratus Sholihah³,
Bima Kurniawan⁴

Universitas Trunodjoyo Madura, Bangkalan, Indonesia ^{1,2,3,4}

*Email Korespondensi: zulfann162007@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 04-07-2026
Disetujui 12-07-2026
Diterbitkan 14-07-2026

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting economic growth through job creation and improving community welfare. In MSME activities, language becomes one of the important factors influencing the effectiveness of communication between business actors and consumers. This study aims to determine the role of Indonesian language in supporting MSME activities in Socah District, Bangkalan Regency, especially in transaction communication, customer service, product promotion, and business development. This research uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through interviews and observations of MSME actors in Socah District. The results show that Indonesian language has a strategic function as a communication tool that helps deliver product information clearly, increases customer comfort, and builds a professional business image. Although people in Socah District still frequently use Madurese language in daily interactions, Indonesian is still used as a connecting language when communicating with consumers from outside the region. The proper use of Indonesian helps MSME actors reduce misunderstandings, improve service quality, and expand marketing opportunities. However, several obstacles were found, such as the dominance of local language and the limited ability of some business actors to use Indonesian effectively in promotional activities. Therefore, improving language literacy through business communication training is needed so that MSMEs can develop and compete in a wider market. This study emphasizes that Indonesian language is not only a communication medium but also an important factor in supporting MSME sustainability and competitiveness.

Keywords: Indonesian language, MSMEs, business communication, Socah District, customer service

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan. Dalam aktivitas UMKM, bahasa menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Bahasa Indonesia dalam mendukung kegiatan UMKM di Kecamatan Socah, Kabupaten Bangkalan, khususnya dalam komunikasi transaksi, pelayanan pelanggan, promosi produk, dan pengembangan usaha. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi terhadap pelaku UMKM di Kecamatan Socah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bahasa Indonesia memiliki fungsi strategis sebagai alat komunikasi yang dapat memperjelas penyampaian informasi produk, meningkatkan kenyamanan pelanggan, serta membangun citra profesional usaha. Meskipun masyarakat Kecamatan Socah masih banyak menggunakan Bahasa Madura dalam interaksi sehari-hari, Bahasa Indonesia tetap digunakan sebagai bahasa penghubung ketika berkomunikasi dengan konsumen dari luar daerah. Penggunaan Bahasa Indonesia yang baik membantu pelaku UMKM mengurangi kesalahpahaman, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperluas peluang pemasaran. Namun, terdapat beberapa hambatan

seperti dominasi bahasa daerah dan kurangnya kemampuan sebagian pelaku usaha dalam menggunakan Bahasa Indonesia secara efektif dalam promosi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi kebahasaan melalui pelatihan komunikasi bisnis agar UMKM mampu berkembang dan memiliki daya saing yang lebih luas.

Kata kunci: Bahasa Indonesia, UMKM, komunikasi bisnis, Kecamatan Socah, pelayanan pelanggan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Assabil, A. Z., Saida, F. P. ., Sholihah, S. L. C. ., & Kurniawan, B. . (2026). Peran Bahasa Indonesia dalam UMKM di Kecamatan Socah. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(4), 7954-7966. <https://doi.org/10.63822/hkvgeq27>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat strategis dalam struktur perekonomian nasional melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, serta pengentasan kemiskinan. Sebagai pilar utama penggerak ekonomi lokal, keberlanjutan UMKM di era globalisasi dan transformasi digital saat ini sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam melakukan adaptasi, baik dari segi pemenuhan legalitas usaha resmi seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) maupun peningkatan daya saing produk melalui strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang efektif. Namun, di samping pemenuhan aspek administratif dan teknis tersebut, terdapat dimensi budaya dan kebahasaan yang sering kali belum mendapat perhatian secara optimal di lapangan, yaitu peran strategis instrumen komunikasi dalam aktivitas bisnis sehari-hari. (Widya Dali et al., n.d.)

Bahasa memiliki fungsi yang sangat strategis sebagai sarana penyampaian informasi produk, pembentukan citra merek, alat persuasi dalam promosi, sekaligus media utama dalam mendukung pemenuhan hak ekonomi masyarakat. Dalam konteks interaksi ekonomi modern, bahasa menjadi elemen krusial untuk membangun hubungan emosional dengan konsumen, memperjelas informasi layanan, menumbuhkan rasa percaya, hingga menyusun narasi informatif pada label dan kemasan produk. Penggunaan Bahasa Indonesia yang komunikatif, santun, jelas, dan terstruktur terbukti dapat meningkatkan daya tarik promosi, memperkuat identitas visual merek, membentuk persepsi positif terhadap kualitas pelayanan, serta mempermudah pelaku usaha kecil dalam mengedukasi konsumen mengenai nilai produknya. (Kurniyanto et al., 2025)

Di Kecamatan Socah, Kabupaten Bangkalan, geliat UMKM mencakup berbagai sektor yang variatif, mulai dari industri makanan ringan, minuman herbal, konveksi, kerajinan, mebel, peternakan, hingga pertambangan batu kapur (Kurniyanto dkk., 2025). Meskipun memiliki potensi komoditas lokal yang masif, sebagian besar pelaku usaha di wilayah ini masih berskala tradisional, bersifat spontan, dan menghadapi tantangan berlapis terkait perluasan jangkauan pasar serta standarisasi produk (Widnyana dkk., 2024; Sanjaya, 2024; Kurniyanto dkk., 2025). Salah satu akar permasalahan non-teknis yang mengemuka di lapangan adalah adanya keterbatasan bahasa dan kesenjangan komunikasi dalam interaksi niaga, di mana mayoritas pelaku UMKM di Kecamatan Socah menggunakan bahasa daerah lokal, yaitu bahasa Madura, sebagai media utama komunikasi bisnis mereka sehari-hari (Kurniyanto dkk., 2025).

Dominasi penggunaan bahasa daerah ini di satu sisi memperkuat kedekatan kultural dengan konsumen lokal, namun di sisi lain memicu hambatan sosiolinguistik ketika para pelaku usaha harus berinteraksi dengan pihak luar, akademisi, instansi pemerintah, atau saat mencoba menembus pasar eksternal yang lebih luas (Kurniyanto dkk., 2025). Keterbatasan dalam penguasaan dan pemanfaatan Bahasa Indonesia yang standar membuat pelaku usaha lokal kerap mengalami kesulitan dalam memahami alur regulasi baku, tata cara pendaftaran perizinan digital melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), serta penyusunan informasi label kemasan yang sesuai aturan (Kurniyanto dkk., 2025). Hambatan komunikasi ini juga memicu munculnya misinformasi di kalangan pelaku usaha, seperti ketakutan keliru bahwa memiliki NIB secara formal otomatis akan membebani usaha kecil mereka dengan kewajiban pajak yang memberatkan (Kurniyanto dkk., 2025). Kesenjangan ini, jika tidak dijembatani dengan pemanfaatan Bahasa Indonesia secara taktis dan terencana, dapat menghambat proses digitalisasi ekonomi serta pemenuhan hak-hak ekonomi pelaku usaha kecil untuk naik kelas ke sektor formal (Widnyana dkk., 2024; Purwati dkk., 2024; Kurniyanto dkk., 2025).

Guna memetakan kondisi kebahasaan, potensi ekonomi, serta hambatan komunikasi kontekstual tersebut secara akurat dan komprehensif, diperlukan pendekatan pengumpulan data lapangan yang terarah

(Pratama dkk., 2024). Dalam kaitan ini, penerapan teknik observasi yang cermat, objektif, dan partisipatif menjadi instrumen yang sangat krusial untuk menggali informasi riil mengenai situasi nyata serta kendala teknologi komunikasi yang sebenarnya dialami oleh komunitas pelaku UMKM setempat (Pratama dkk., 2024; Purwati dkk., 2024).

Oleh karena itu, kajian mengenai peran Bahasa Indonesia dalam mendukung promosi, proses pelayanan, serta pengurusan legalitas UMKM di Kecamatan Socah menjadi sangat penting untuk dilakukan. Melalui perpaduan hasil analisis observasi lapangan yang akurat serta optimalisasi penggunaan Bahasa Indonesia yang komunikatif dan standar, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rumusan strategi komunikasi pemasaran dan edukasi regulasi yang tepat sasaran. Langkah ini tidak hanya krusial untuk mendongkrak daya saing penjualan produk lokal Kecamatan Socah di pasar nasional, melainkan juga berperan strategis dalam memfasilitasi transformasi UMKM menuju sektor formal yang melek aturan demi menjamin pemenuhan hak-hak ekonomi secara berkelanjutan. (Arifin & Romenah, 2025)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kualitatif** dengan jenis penelitian **deskriptif**. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana peran Bahasa Indonesia dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Socah, terutama dalam komunikasi dengan pelanggan, promosi produk, pelayanan, dan penyampaian informasi usaha.

Penelitian kualitatif berfokus pada pengungkapan fenomena berdasarkan kondisi nyata di lapangan melalui pengumpulan data secara langsung. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif sehingga mampu memberikan gambaran mengenai penggunaan Bahasa Indonesia dalam aktivitas UMKM tanpa menggunakan analisis statistik.

Pemilihan metode ini mengacu pada penelitian "**Analisis Peran Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Memfasilitasi Wirausaha**", yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis peran strategis Bahasa Indonesia dalam komunikasi bisnis. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai fungsi Bahasa Indonesia dalam mendukung promosi, komunikasi bisnis, serta pengembangan usaha. (Az et al., 2025a)

Data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Menurut Bogdan dan Taylor, sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai peran bahasa Indonesia dalam UMKM di Kecamatan Socah. (Safarudin et al., 2023)

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Denzin mendefinisikan wawancara sebagai percakapan face to face (tatap muka), di mana salah satu pihak menggali informasi dari lawan bicaranya (dalam Black & Champion, 1976). Menurut Black dan Champion (1976) wawancara adalah suatu komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi (dari salah satu pihak). Menurut True (1983) wawancara adalah percakapan antara dua orang mengenai suatu subjek yang spesifik. Sebuah proses komunikasi interaksional dengan tujuan yang telah ditetapkan, untuk

mendalami tema tertentu melalui deretan pertanyaan. (Euis Jihan Nur Faadhilah et al., 2024; Rivaldi et al., n.d.)

Wawancara dilakukan kepada pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Socah. Metode ini dilakukan untuk memperoleh data secara langsung melalui percakapan antara peneliti dan pelaku UMKM. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai penggunaan Bahasa Indonesia dalam kegiatan usaha, seperti komunikasi antara penjual dan pembeli, promosi produk, maupun proses transaksi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan menggunakan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh informasi sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Zanariyah (2024), observasi adalah kegiatan peninjauan terhadap suatu objek atau keadaan tertentu dengan melakukan pencatatan, dokumentasi, maupun pengamatan secara sistematis sehingga diperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara **nonpartisipan**, yaitu peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas usaha, tetapi hanya mengamati perilaku dan aktivitas pelaku UMKM di Kecamatan Socah. Observasi difokuskan pada beberapa aspek, yaitu:

- Penggunaan Bahasa Indonesia dalam komunikasi antara penjual dan pembeli
- Penggunaan Bahasa Indonesia pada media promosi, seperti banner, spanduk, kemasan produk, dan media sosia
- penggunaan Bahasa Indonesia dalam pelayanan kepada konsumen
- penggunaan istilah asing atau bahasa daerah yang dipadukan dengan Bahasa Indonesia dalam kegiatan usaha.

Pelaksanaan observasi dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan, yaitu:

Tahap persiapan, meliputi penentuan lokasi penelitian, penyusunan instrumen observasi, serta penentuan aspek-aspek yang akan diamati.

Tahap pelaksanaan, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas UMKM di Kecamatan Socah, mencatat hasil pengamatan, dan mendokumentasikan kondisi yang berkaitan dengan penggunaan Bahasa Indonesia.

Tahap penyusunan hasil observasi, yaitu mengelompokkan hasil pengamatan berdasarkan tema penelitian untuk dianalisis sehingga dapat menggambarkan peran Bahasa Indonesia dalam mendukung aktivitas UMKM. Tahapan observasi ini mengacu pada prosedur observasi yang sistematis sebagaimana dijelaskan oleh Zanariyah (2024).

Melalui observasi tersebut diharapkan diperoleh data yang menggambarkan kondisi nyata penggunaan Bahasa Indonesia pada UMKM di Kecamatan Socah sehingga hasil penelitian dapat menjelaskan peran Bahasa Indonesia dalam mendukung komunikasi bisnis, membangun citra usaha, serta meningkatkan efektivitas pelayanan kepada konsumen. Temuan ini selanjutnya akan dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia secara komunikatif dan profesional mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat identitas usaha. (Observasi Yang Efektif Dan Efisien Pada Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Sri Zanariyah Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, 2024)Zanariyah, S. (2024). Teknik observasi yang efektif dan efisien pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Jurnal Pengabdian Multidisiplin, 4(3).

HASIL PEMBAHASAN

1. Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Transaksi Ekonomi pada UMKM di Kecamatan Socah

Narasumber	Bahasa yang Digunakan	Alasan Penggunaan
Narasumber 1	Bahasa Indonesia dan Bahasa Madura	Menyesuaikan dengan pelanggan lokal maupun pendatang
Narasumber 2	Campuran Bahasa Indonesia dan Bahasa Madura	Menyesuaikan kemampuan pelanggan memahami bahasa

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh narasumber menyampaikan bahwa penggunaan bahasa dalam transaksi UMKM tidak hanya menggunakan Bahasa Indonesia, tetapi juga Bahasa Madura. Narasumber 1 menyampaikan bahwa Bahasa Indonesia digunakan ketika melayani pelanggan dari luar Madura, sedangkan Bahasa Madura digunakan kepada pelanggan lokal. Narasumber 2 juga menyampaikan bahwa penggunaan bahasa dilakukan secara campuran karena mayoritas masyarakat masih menggunakan Bahasa Madura dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa interaksi antara penjual dan pembeli di Kecamatan Socah lebih sering menggunakan Bahasa Madura, namun Bahasa Indonesia juga digunakan dalam situasi tertentu.

Bahasa merupakan alat komunikasi yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Dalam kegiatan jual beli, bahasa digunakan untuk menyampaikan informasi, melakukan negosiasi, serta membangun hubungan antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, penggunaan bahasa yang tepat dapat memengaruhi keberhasilan suatu transaksi. Sebagaimana dijelaskan oleh Trias et al. (n.d.), interaksi yang terjadi dalam kegiatan jual beli merupakan bentuk komunikasi yang memiliki tujuan tertentu, seperti menyampaikan informasi produk, melakukan tawar-menawar, dan mencapai kesepakatan transaksi.

Dalam konteks UMKM di Kecamatan Socah, Bahasa Indonesia berfungsi sebagai bahasa penghubung yang dapat dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Penggunaan Bahasa Indonesia dalam transaksi ekonomi memudahkan pelaku usaha dalam menjelaskan produk, harga, kualitas, serta manfaat barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini penting karena konsumen yang datang tidak selalu berasal dari lingkungan sosial dan budaya yang sama dengan penjual.

Sejalan dengan hasil penelitian Aurora et al. (2025), Bahasa Indonesia memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan pasar, memperkuat identitas usaha, serta mendukung komunikasi bisnis yang inklusif. Penggunaan Bahasa Indonesia yang baik memungkinkan pelaku usaha menyampaikan informasi secara lebih jelas sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Aurora et al., 2025). Selain itu, penggunaan Bahasa Indonesia yang efektif juga membantu pelaku UMKM dalam melakukan promosi, negosiasi, dan pelayanan kepada konsumen secara profesional (Aurora et al., 2025).

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Rizkianfi dan Fitriana (2022) yang menunjukkan bahwa dalam aktivitas jual beli, pemilihan bahasa yang sesuai dapat memperlancar proses komunikasi antara penjual dan pembeli. Bahasa Indonesia sering digunakan ketika terjadi interaksi antara individu yang

memiliki latar belakang bahasa daerah yang berbeda sehingga proses transaksi dapat berlangsung lebih efektif dan mudah dipahami oleh kedua belah pihak (Rizkylanfi & Fitriana, 2022).

Dengan demikian, penggunaan Bahasa Indonesia dalam transaksi ekonomi UMKM di Kecamatan Socah berperan penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif, mengurangi kesalahpahaman, serta mendukung kelancaran proses jual beli antara penjual dan pembeli.

2. Peran Bahasa Indonesia dalam Mempermudah Komunikasi antara Penjual dan Pembeli dalam Transaksi Ekonomi

Narasumber	Dampak
Narasumber 1	Komunikasi lebih lancar
Narasumber 2	Pelanggan lebih nyaman
Narasumber 1 dan 2	Pelayanan terlihat lebih baik

Narasumber 1 menjelaskan bahwa penggunaan bahasa yang sesuai dapat mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli. Narasumber 2 juga menjelaskan bahwa penggunaan bahasa yang baik dapat memengaruhi penilaian pelanggan terhadap pelayanan. Menurut mereka, penggunaan bahasa yang kurang tepat dapat membuat pelanggan merasa kurang nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.

Bahasa Indonesia memiliki peran penting dalam mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli. Dalam kegiatan transaksi, komunikasi yang baik menjadi faktor utama untuk mencapai kesepahaman mengenai harga, kualitas produk, jumlah barang, maupun bentuk pelayanan yang diberikan. Sebagaimana dikemukakan oleh Narasumber kita, bahwa keberhasilan transaksi sangat dipengaruhi oleh kemampuan penjual dalam memilih bahasa yang tepat sesuai dengan kondisi sosial dan budaya yang melatarbelakangi pembeli.

Pada UMKM di Kecamatan Socah, Bahasa Indonesia berfungsi sebagai bahasa pemersatu yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih luas dan mudah dipahami oleh masyarakat dari berbagai latar belakang. Penggunaan Bahasa Indonesia membantu pelaku usaha dalam menyampaikan informasi produk secara jelas sehingga konsumen dapat memahami pesan yang disampaikan tanpa mengalami hambatan bahasa.

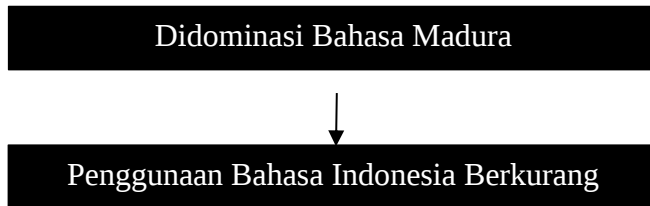
Bahasa Indonesia merupakan alat komunikasi utama yang mampu menjembatani perbedaan bahasa daerah, budaya, dan tingkat pendidikan masyarakat Indonesia. Dalam kegiatan bisnis, penggunaan Bahasa Indonesia membantu pelaku usaha berinteraksi dengan konsumen dari berbagai daerah, mempermudah pertukaran informasi, serta meminimalkan risiko kesalahpahaman dalam komunikasi bisnis. (Surya Safira et al., n.d.)

Selain itu, penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan santun dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha. (Surya Safira et al., n.d.) menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif melalui Bahasa Indonesia dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan, serta meningkatkan citra usaha di mata masyarakat. Hal tersebut menjadi penting bagi UMKM karena kepercayaan konsumen merupakan salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan usaha.

Penelitian (Az et al., 2025) juga menyatakan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia yang tepat dapat mencegah terjadinya kesalahpahaman dalam komunikasi bisnis serta meningkatkan efektivitas pemasaran produk. Oleh karena itu, penggunaan Bahasa Indonesia dalam UMKM di Kecamatan Socah tidak hanya

mempermudah komunikasi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan keberhasilan transaksi ekonomi.

3. Hambatan Penggunaan Bahasa Indonesia pada UMKM di Kecamatan Socah



Hasil wawancara menunjukkan bahwa hambatan utama penggunaan Bahasa Indonesia adalah kebiasaan masyarakat yang lebih sering menggunakan Bahasa Madura. Narasumber 2 menjelaskan bahwa pelanggan biasanya tetap merespon menggunakan Bahasa Madura meskipun penjual menggunakan Bahasa Indonesia.

Meskipun Bahasa Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan UMKM, penerapannya masih menghadapi berbagai hambatan. Salah satu kendala yang sering ditemukan adalah dominannya penggunaan bahasa daerah dalam komunikasi sehari-hari. Kondisi ini juga dapat ditemukan di Kecamatan Socah yang masyarakatnya masih banyak menggunakan bahasa Madura dalam aktivitas sosial maupun ekonomi.

Penelitian (Euis Jihan Nur Faadhilah et al., 2024) menjelaskan bahwa masih terdapat pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam menggunakan Bahasa Indonesia secara efektif, terutama dalam kegiatan promosi dan komunikasi bisnis. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan kemampuan berbahasa melalui pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.

Selain faktor bahasa daerah, perbedaan latar belakang sosial, budaya, dan tingkat pendidikan juga memengaruhi penggunaan Bahasa Indonesia dalam kegiatan usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rahayu et al., 2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dalam lingkungan UMKM dipengaruhi oleh faktor sosial dan situasional. Dalam aktivitas perdagangan, pelaku UMKM sering menyesuaikan bahasa yang digunakan berdasarkan usia, asal daerah, serta hubungan dengan lawan bicara sehingga penggunaan Bahasa Indonesia tidak selalu menjadi pilihan utama.

Penelitian tersebut juga menemukan adanya penggunaan berbagai bahasa daerah dalam interaksi UMKM, seperti bahasa Jawa dan Sunda, yang digunakan untuk menciptakan kedekatan sosial dengan pelanggan (Rahayu et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa bahasa daerah masih memiliki pengaruh yang kuat dalam aktivitas ekonomi masyarakat sehingga penggunaan Bahasa Indonesia sering kali bercampur dengan bahasa lokal.

Hambatan lainnya adalah rendahnya kemampuan sebagian pelaku UMKM dalam menyusun komunikasi pemasaran yang efektif. (Az et al., 2025) menjelaskan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia yang kurang tepat dalam promosi dapat mengurangi efektivitas penyampaian informasi kepada konsumen dan memengaruhi citra usaha. Oleh karena itu, peningkatan literasi kebahasaan menjadi penting untuk mendukung perkembangan UMKM.

Dengan demikian, upaya peningkatan penggunaan Bahasa Indonesia di Kecamatan Socah perlu dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan komunikasi bisnis, dan pendampingan pemasaran. Langkah tersebut diharapkan dapat membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas

pelayanan, dan memudahkan transaksi dengan konsumen yang menggunakan Bahasa Indonesia sebagai bahasa komunikasi utama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran Bahasa Indonesia dalam UMKM di Kecamatan Socah, dapat disimpulkan bahwa Bahasa Indonesia memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Penggunaan Bahasa Indonesia membantu pelaku UMKM dalam berkomunikasi dengan pelanggan, menyampaikan informasi produk, memberikan pelayanan, serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Temuan ini diperkuat oleh pernyataan salah satu narasumber yang menyampaikan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia **"membantu, karena kalau orang sini biasanya memang menggunakan Bahasa Madura, terus kalau orang-orang jauh atau pendatang menggunakan Bahasa Indonesia."** Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Bahasa Indonesia berfungsi sebagai bahasa penghubung ketika berinteraksi dengan konsumen yang berasal dari luar lingkungan setempat.

Meskipun Bahasa Madura masih menjadi bahasa yang dominan digunakan dalam transaksi sehari-hari karena faktor lingkungan dan budaya lokal, Bahasa Indonesia tetap memiliki fungsi sebagai bahasa penghubung terutama dalam komunikasi dengan pelanggan dari luar daerah. Pemilihan bahasa yang sesuai dengan kondisi pelanggan mampu menciptakan komunikasi yang efektif dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman. Hal ini terlihat dari pernyataan narasumber bahwa **"kalau pembelinya menggunakan Bahasa Indonesia, kita penjualnya juga pakai Bahasa Indonesia. Kalau pembelinya pakai Bahasa Madura, kita juga jadi ngimbangin, biar balance."** Selain itu, narasumber lain juga menjelaskan bahwa penggunaan bahasa harus disesuaikan dengan karakteristik konsumen karena **"kita harus pintar-pintar milih bahasa yang tepat buat konsumen."**

Selain sebagai alat komunikasi, Bahasa Indonesia juga berperan dalam meningkatkan citra profesional usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. Salah satu narasumber menyatakan bahwa **"Sangat baik, tapi kita harus juga tahu orang itu ngerti enggak kalau pakai Bahasa Indonesia."** Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh penggunaan Bahasa Indonesia, tetapi juga oleh kemampuan pelaku UMKM menyesuaikan bahasa dengan latar belakang konsumen. Narasumber juga menambahkan bahwa **"kadang kalau bahasanya nggak baik juga orang bakal 'kok gini ya pelayanannya',"** yang menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang sopan dan tepat turut memengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan.

Namun, masih terdapat hambatan berupa kebiasaan penggunaan bahasa daerah dan kurangnya kemampuan sebagian pelaku UMKM dalam memanfaatkan Bahasa Indonesia untuk kegiatan promosi. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan mengenai komunikasi bisnis agar pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan berbahasa Indonesia secara efektif tanpa mengabaikan penggunaan bahasa daerah sebagai identitas lokal. Dengan demikian, Bahasa Indonesia dan Bahasa Madura dapat saling melengkapi dalam mendukung keberhasilan komunikasi serta meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Socah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini. Terima kasih disampaikan kepada para pelaku UMKM di Kecamatan Socah yang telah bersedia memberikan informasi dan meluangkan waktu selama kegiatan wawancara dan observasi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing serta Universitas Trunojoyo Madura yang telah memberikan arahan, dukungan, dan kesempatan dalam pelaksanaan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi pengembangan UMKM dan pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam kegiatan ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A., & Romenah, R. (2025). PERAN BAHASA DALAM MENDUKUNG TRANSFORMASI DAN PEMENUHAN HAK EKONOMI. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(1), 146–155. <https://doi.org/10.52266/jesa.v8i1.4105>
- Az, Z., Aurora, Z., Eka Pratama, B., Rahmadhani, H., Rahma, A. A., Kurniawan, B., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Madura, U. T. (2025a). Analisis Peran Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Memfasilitasi Wirausaha. *Jurnal Pustaka Nusantara Multidisplin*, 3(4).
- Az, Z., Aurora, Z., Eka Pratama, B., Rahmadhani, H., Rahma, A. A., Kurniawan, B., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Madura, U. T. (2025b). Analisis Peran Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Memfasilitasi Wirausaha. *Jurnal Pustaka Nusantara Multidisplin*, 3(4).
- Euis Jihan Nur Faadhilah, Isna Marsa Helmalia, Tiara Delly Maharani Purba, Windi Pudiasrini, Wiwit Yuniarti Eka Putri, & Dewi Puspa Arum. (2024). Implementasi Bahasa Indonesia Dalam Upaya Pengembangan Bisnis UMKM Kuliner di Medokan Asri. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 3(1), 01–10. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v3i1.1354>
- Kurniyanto, I. R., Destiarni, R. P., Zulkhaeriyah, Z., Arifiyanti, N., Husna, H. M., Qoiroh, S. N., Amalia, L., Rahmanian, H. K., & Saroh, N. M. (2025). UMKM Melek Aturan: Pendampingan Intensif Legalitas Usaha UMKM di Desa Parseh Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(3), 673–681. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i3.23816>
- Rahayu, N. A., Idha Nabila, S., Laeily, T. N., Setiawan, H., & Karawang, U. S. (2025). Penggunaan Variasi Bahasa Berdasarkan Faktor Sosial dan Situasional pada Lingkungan UMKM di Desa Bayur Kidul: Kajian Sociolinguistik. In *Kaloka Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Daerah* (Vol. 4, Number 2).
- Surya Safira, Z., Amanda Rustanto, F., Xilva Mahardika, M., & Desy Anggraeni, N. (n.d.). BISA-Jurnal Pendidikan Bahasa dan Ilmu Sastra Vol 1 No 1, Mon April PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DALAM PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI DI DUNIA BISNIS: MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN DAN PERSEPSI KONSUMEN. Retrieved <https://publish.bakulsosmed.co.id/index.php/BISA>
- Widya Dali, M., NTani, R., Jon, S., Ibrahim, Z., Wanto, W., Amelia Putri Suwandana, J., Madjid, P., Kartika Dama, S., Kamaria Kalamu, S., Yusuf Latidi, M., Akhiria Gobel, N., Agustina Podungge, T., Yuma Fadhila Usman, M., Artikel, R., Kunci, K., Umkm, P., Saing Penjualan, D., & Pemasaran, K. (n.d.). *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah* <https://manggalajournal.org/index.php/cendekia> Peran Bahasa Indonesia dalam Meningkatkan Daya Saing Penjualan dan Promosi UMKM Home Cookie and Snack INFO ARTIKEL. 2(12), 2173–2172. <https://doi.org/10.62335>

- Zanariyah, S. (2024). T. observasi yang efektif dan efisien pada kegiatan K. K. N. (KKN). J. P. M. 4(3). (2024). Kuras Institute Scidac Plus Artikel ini menggunakan lisensi Creative Commons Attribution 4.0 International License. In *Jurnal Pengabdian Multidisiplin* (Vol. 4).
- Agustina, Puspita Dian, dkk. 2025. "Peran Bahasa Indonesia dalam Pengaruh Aktivitas Para Pelaku UMKM di Pasar Sentral pada Pendapatan Masyarakat." *Cendekia: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, Vol. 2 No. 12, hlm. 2281–2285. DOI: 10.62335.
- Harianja, S., Rahmawati, P. and Perawati, 2026. Strategi linguistik: Peran bahasa Indonesia dalam memperkuat branding dan promosi UMKM lokal. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 10(5), pp.78–84.
- Meilinar, F., Hayati, R., Syuhada, I., dan Wantesa, A. 2025. "Peran Bahasa Indonesia dalam Merintis Bisnis Lokal dan Menghadapi Persaingan pada Usaha UMKM Gegarang Resto". *Journal of Innovative and Creativity*, Vol. 5, No. 2, hlm. 1159–1164.
- Lubis, D. A., Nainggolan, L. N., Barus, I., Pakpahan, W., & Harahap, M. (2026). Analisis Penggunaan Bahasa Dalam Interaksi Jual Beli Di Pajak MMTC Medan. *Jurnal Ilmu Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 2(2), 30-37.
- Dali, M. W., Ramadani, N., Yunus, S. N. A., Oktavialin, Z., Humonggio, P. S., Potabuga, D., ... & Rahmat, S. (2025). Analisis Efektivitas Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Pelayanan dan Komunikasi di PMI Kota Gorontalo. *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, 2(12), 2320-2325.
- Rahmah, D. (2019). Fungsi Bahasa Indonesia dan fungsi teks dalam kehidupan sehari-hari. Center for Open Science. Doi <https://doi.org/10.31227/osf.io/6nbz7>. Widi, W. H., Nofeni, N. R., Utami, C. P. U., Rivaldi, M. R., Eko, E. K., & Sholeh, M. S. (2024). PERAN BAHASA DALAM KESEHARIAN. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(04), 334-344.
- Widi, W. H., Nofeni, N. R., Utami, C. P. U., Rivaldi, M. R., Eko, E. K., & Sholeh, M. S. (2024). PERAN BAHASA DALAM KESEHARIAN. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(04), 334-344.
- Jatmiko, H. T. P., Setiawan, B., & Sulisty, E. T. (2017). Fungsi bahasa dalam wacana lisan transaksi jual beli di pasar Klewer Surakarta dan relevansinya sebagai materi pembelajaran bahasa Indonesia di SMA. In *Proceedings Education and Language International Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 359-375).
- Zulfadhli, M., Asnawi, A., & Hardani, M. (2017). Peran Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Perdagangan di Era MEA. In *The 1 st Education and Language International Conference Proceedings Center for International Language Development of Unissula*. Universitas Islam Sultan Agung (pp. 508-515).
- Maghfiroh, N. (2022). Bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02), 102-107.
- Kurniyanto, I. R., Destiarni, R. P., Zulkhaeriyah, Z., Arifiyanti, N., Husna, H. M., Qoiroh, S. N., ... & Saroh, N. M. (2025). UMKM Melek Aturan: Pendampingan Intensif Legalitas Usaha UMKM di Desa Parseh Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(3), 673-681.
- Arifin, A., & Romenah, R. (2025). PERAN BAHASA DALAM MENDUKUNG TRANSFORMASI DAN PEMENUHAN HAK EKONOMI. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(1), 146-155.
- Zanariyah, S. (2024). Teknik observasi yang efektif dan efisien pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(3).
- Lubis, A. A., Kirani, S. D., Meiliasari, D., Rakha, Y., Wardani, A. S., Jazilah, A., & Sholihatin, E. (2023). Strategi Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Iklan Toko Online Lazada Untuk Menarik Minat Konsumen. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 7965-7975.

- Dali, M. W., Zakaria, K., Yusuf, S., Abbas, A. P., Tantu, S. R. S., Mooduto, A. P., ... & Oliy, Y. M. (2026). Peran Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Proses Pelayanan terhadap Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah PT Asuransi Ramayana Tbk. *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, 3(1), 82-88.
- Agustin, P. D., Ibrahim, S. H. P., Dukalang, S., Putra, B. A. D., Pujiarti, T., Lestari, I. A., ... & Halid, M. F. (2025). Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Pelayanan dan Promosi di AP Studio. *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, 2(12), 2331-2341.
- Handayani, S., Fazalani, R., Simanjuntak, V. H. M., Saputra, G. A. W., Sucipta, I. M. D., & Irawan, I. P. A. U. (2025). Penggunaan Bahasa Indonesia Sebagai Alat Komunikasi Dalam Dunia Industri Pada Mahasiswa Teknik Mesin. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 966-976.
- Maghfiroh, N. (2022). Bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02), 102-107.
- Sirait, Z., Amalia, A., & Marpaung, D. (2022). Penerapan Bahasa Indonesia Yang Baik Dalam Memudahkan Penjualan Barang Melalui E-Commerce. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 26-29.
- Gibran, M. D., Amri, A. I., & Zale, H. P. (2026). PERAN BAHASA INDONESIA YANG BAIK DAN BENAR DALAM KEGIATAN PEMASARAN BISNIS. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 4(1).
- Agustin, P. D., Laki, S., Laboro, N., Anatasia, D., Darban, S. R., Topae, N. V., ... & Yasin, P. M. (2025). Peran Bahasa Indonesia dalam Komunikasi Bisnis terhadap Penurunan Frekuensi Kunjungan Konsumen di Pasar Kalimadu. *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, 2(12), 2305-2311.
- Safira, Z. S., Rustanto, F. A., Mahardika, M. X., & Anggraeni, N. D. (2024). Penggunaan bahasa Indonesia dalam penerapan etika komunikasi di dunia bisnis: Membangun citra perusahaan dan persepsi konsumen. *Pendidikan Bahasa dan Ilmu Sastra*, 1(1), 68-74.
- Adawiyah, S. R., Karim, D. A., & Fitria, S. (2024). Peran dan fungsi bahasa sebagai komponen utama dalam komunikasi bisnis. *Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Ekonomi*, 2(1), 53-59.
- Rizkyanfi, M. W., & Fitriana, A. K. (2022). Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Interaksi Komunikasi Jual Beli Di Pasar Tradisional Gegerkalong, Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 60-69.
- Prasetyo, A. T., & Kurniawan, B. (2025). Peningkatan Literasi Bahasa Indonesia Dalam Konteks Multikultural: Studi Kasus Tingkat Kemahiran Berbahasa Indonesia Masyarakat Kecamatan Socah, Madura. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(1).
- Zafira, F., Anggraeni, P. F., Sukma, D. A., Zamba, M. T., & Zidane, M. A. (2023). Penggunaan Bahasa Indonesia di Mall Royal Plaza Surabaya. *Penggunaan Bahasa Indonesia di Mall Royal Plaza Surabaya*, 1(5), 189-197.
- Firdaus, F., Rahfi, N., & Yunus, S. (2026). ANALISIS GAYA BAHASA PELAYANAN KASIR MENGGUNAKAN TEORI KERAJ PADA UMKM FROZEN FOOD DI DUREN SAWIT. *Jurnal Psikososial dan Pendidikan*, 2(1), 773-781.
- Falah, F., Tiani, R., Marwini, M., & Constantina, F. Penerapan Bahasa dan Branding UMKM Produk Kantong Celana "Hasbuna" Desa Rembun Pekalongan. *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 95-100.
- Suharyo, S. (2024). PEMANFAATAN BAHASA IKLAN DAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DI DESA BLACANAN KECAMATAN WELAHAN KABUPATEN PEKALONGAN. *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 89-97.

- Hartati, L., & Rozi, R. (2022). *DAYA SAING BAHASA INDONESIA DI ERA INDUSTRI KREATIF (STUDI PERBANDINGAN TERHADAP PELABELAN PRODUK PADA UMKM MAHASISWA UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG)*. *SeBaSa*, 5(2), 389-397.
- Anggarani, A., & Hidayat, H. (2024). Kemampuan literasi bahasa Indonesia pelaku UMKM produk lokal Badui pada toko online dan e-commerce Tokopedia. *Prosiding Konferensi Linguistik Tahunan Atma Jaya (KOLITA)*, 22(Prosiding KOLITA 22), 29-37.
- Rahayu, N. A., Nabila, S. I., Nur'Laeily, T., & Setiawan, H. (2025). Penggunaan Variasi Bahasa Berdasarkan Faktor Sosial dan Situasional pada Lingkungan UMKM di Desa Bayur Kidul: Kajian Sociolinguistik. *Kaloka Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Daerah*, 4(2), 1-17.
- Dali, M. W., NTani, R., Jon, S., Ibrahim, Z., Ibrahim, W., Suwandana, J. A. P., ... & Usman, M. Y. F. (2025). Peran Bahasa Indonesia Dalam Meningkatkan Daya Saing Penjualan Dan Promosi UMKM Home Cookie And Snack. *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, 2(12), 2173-2172.
- Agustin, P. D., Labanu, D. A. I., Hulinggi, R. A., Yulianti, Y., Gobel, Q. S. W., Barokah, S. N. L., ... & Bonde, R. (2025). Peran Bahasa Indonesia dalam Pengaruh Aktivitas Para Pelaku UMKM di Pasar Sentral pada Pendapatan Masyarakat. *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, 2(12), 2281-2285.
- Zulianti, I., Fatmawati, M., Ningtyas, A. W., Sari, N., & Wulandari, I. (2022). *ANALISIS PENGGUNAAN BAHAA* Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Pemasaran Dalam Bisnis Tiktok ShopSA INDONESIA SEBAGAI BAHASA PEMASARAN DALAM BISNIS TIKTOK SHOP. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 6(2), 303-318.
- Azizah, N., Handayani, R., Arliani, D., Ramadhani, F., & Hasibuan, I. A. (2025). Analisis Peran Bahasa Indonesia dalam Menjalankan Usaha Mahasiswa Prodi Kewirausahaan: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 8171-8176.
- Dali, M. W., Yanju, A. A., Karel, S., Datuela, D. P., Haladai, U. N., Gurdam, S. R., ... & Bakari, N. A. (2025). Peran Bahasa Indonesia dalam Strategi Pengembangan Usaha Roti Gembul untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Limba U Dua, Kota Selatan, Kota Gorontalo. *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, 2(12), 2259-2267.
- NISAK, M., PUTRI, R., WIJAYA, R., PRATIWI, I., DITYA, T., & ANGGRAENI, N. (2025). *BAHASA INDONESIA DALAM KOMUNIKASI BISNIS: STUDI KASUS UMKM DI GUNUNG ANYAR, SURABAYA*. *TSAQOFAN Учредители: Darul Yasin Al Sys*, 5(1), 347-363.
- Pradani, S. P. N., Wardani, P. A., Afifah, N. N., Sahesti, I., Tivan, K., & Arum, D. P. (2024). Komunikasi lintas budaya: Strategi pemanfaatan bahasa Indonesia dalam pertemuan bisnis. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(1), 1-9.
- Faadhilah, E. J. N., Helmalia, I. M., Purba, T. D. M., Pudiasrini, W., Putri, W. Y. E., & Arum, D. P. (2024). Implementasi Bahasa Indonesia Dalam Upaya Pengembangan Bisnis UMKM Kuliner di Medokan Asri. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 3(1), 01-10.