



## DAMPAK BAHASA INDONESIA TERHADAP KETERAMPILAN BERBISNIS DI KALANGAN MAHASISWA EKONOMI

### *THE IMPACT OF INDONESIAN ON BUSINESS SKILLS AMONG ECONOMICS STUDENTS*

Icha Riska Gloria Nainggolan<sup>1</sup>, Ika Febriana<sup>2</sup>, Indriana Dachi<sup>3</sup>, Lora Theresia  
Panggabean<sup>4</sup>, Margaretha Sembiring<sup>5</sup>, Nurul Azmi<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

E-Mail: [icha.riskagn25@gmail.com](mailto:icha.riskagn25@gmail.com)<sup>1</sup>, [ikafebriana@unimed.ac.id](mailto:ikafebriana@unimed.ac.id)<sup>2</sup>, [indrianadachi@gmail.com](mailto:indrianadachi@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[panggabeanloratheresia@gmail.com](mailto:panggabeanloratheresia@gmail.com)<sup>4</sup>, [margarethasembiring08@gmail.com](mailto:margarethasembiring08@gmail.com)<sup>5</sup>, [nurulazmixmia2@gmail.com](mailto:nurulazmixmia2@gmail.com)<sup>6</sup>

#### Article Info

##### Article history :

Received : 20-09-2024

Revised : 25-09-2024

Accepted : 27-09-2024

Published : 30-09-2024

#### Abstract

*Indonesian language plays an important role in developing business skills among economics students. This study aims to analyze the impact of using Bahasa Indonesia on students' ability to communicate in business, negotiate, and market products in the local market. The results of the analysis show that students who are proficient in using Bahasa Indonesia have an advantage in building relationships with business partners, understanding consumer needs, and conveying business ideas clearly. In addition, Bahasa Indonesia helps in the negotiation process and more personalized communication, especially in the domestic business environment. In the context of marketing, effective use of Bahasa Indonesia makes it easier for students to reach local consumers and increases the success of marketing strategies. While foreign languages remain necessary for global business, a good command of Bahasa Indonesia provides a competitive advantage in dealing with local markets. Therefore, improving Indonesian language proficiency in business education is necessary to strengthen the business skills of economics students.*

**Keywords:** *Indonesian Language in Business, Business Skills of Economics Students, Economics Students and Local Business*

#### Abstrak

Bahasa Indonesia memiliki peran penting dalam mengembangkan keterampilan berbisnis di kalangan mahasiswa ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan Bahasa Indonesia terhadap kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi bisnis, bernegosiasi, dan memasarkan produk di pasar lokal. Hasil analisis menunjukkan bahwa mahasiswa yang mahir menggunakan Bahasa Indonesia memiliki keunggulan dalam membangun hubungan dengan mitra bisnis, memahami kebutuhan konsumen, dan menyampaikan ide-ide bisnis secara jelas. Selain itu, Bahasa Indonesia membantu dalam proses negosiasi dan komunikasi yang lebih personal, terutama dalam lingkungan bisnis domestik. Dalam konteks pemasaran, penggunaan Bahasa Indonesia yang efektif memudahkan mahasiswa menjangkau konsumen lokal dan meningkatkan keberhasilan strategi pemasaran. Meskipun bahasa asing tetap diperlukan untuk bisnis global, penguasaan Bahasa Indonesia yang baik memberikan keuntungan kompetitif dalam menghadapi pasar lokal. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan Bahasa Indonesia dalam pendidikan bisnis sangat diperlukan untuk memperkuat keterampilan berbisnis mahasiswa ekonomi.

**Kata Kunci:** **Bahasa Indonesia dalam Bisnis, Keterampilan berbisnis mahasiswa ekonomi, Mahasiswa ekonomi dan bisnis local**



## PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional memegang peran penting dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk di dunia bisnis. Di kalangan mahasiswa ekonomi, pemahaman dan penggunaan Bahasa Indonesia secara baik dan benar memiliki dampak langsung terhadap keterampilan berbisnis. Dengan meningkatnya globalisasi, bahasa Inggris dan bahasa internasional lainnya kerap dianggap lebih relevan dalam dunia bisnis. Namun, Bahasa Indonesia tetap memiliki nilai strategis, terutama dalam konteks bisnis lokal dan komunikasi dengan berbagai pemangku kepentingan domestik.

Artikel ini akan membahas bagaimana penggunaan Bahasa Indonesia memengaruhi keterampilan berbisnis mahasiswa ekonomi di Indonesia, baik dalam komunikasi lisan maupun tulisan, serta dalam konteks strategi pemasaran dan interaksi sosial dengan mitra bisnis lokal.

### Kajian Teori

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional memiliki peran penting dalam komunikasi bisnis di Indonesia. Penguasaan Bahasa Indonesia yang baik oleh mahasiswa ekonomi sangat dibutuhkan dalam berbagai aspek bisnis, seperti membuat laporan, presentasi, dan bernegosiasi. Dengan demikian, keterampilan komunikasi bisnis melalui penggunaan Bahasa Indonesia akan mendukung efektivitas interaksi bisnis mahasiswa ekonomi saat terjun ke dunia bisnis.

Keterampilan bisnis merupakan gabungan dari beberapa kemampuan, termasuk manajemen, negosiasi, pengambilan keputusan, dan komunikasi. Menurut teori keterampilan bisnis (Boyatzis, 1982), salah satu komponen penting dari keterampilan bisnis adalah kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif. Penggunaan Bahasa Indonesia yang baik memungkinkan mahasiswa ekonomi untuk berinteraksi dengan mitra bisnis, klien, atau atasan dengan lebih percaya diri dan profesional.

Bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu aktivitas menghasilkan produk, dalam bentuk barang maupun layanan atau jasa (Ebert & Griffin, 2009). Bisnis dapat juga diartikan sebagai suatu aktivitas perdagangan baik itu menjual produk maupun memberikan suatu pelayanan ke pelanggan, baik pelanggan perorangan maupun pelanggan badan usaha dalam rangka memperoleh keuntungan. Selain itu bisnis dapat diartikan sebagai perorangan atau badan usaha yang mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan orang lain (Ferrell et al., 2011). Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu keadaan di mana individu maupun organisasi melakukan pekerjaan yang menguntungkan.



Dalam bisnis membuat keputusan akan mempengaruhi konsumen. Dimana konsumen merupakan individu sebagai pengguna produk barang dan jasa. Selain itu bisnis berperan dalam mengambil keputusan terkait produk barang dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Bisnis akan berpengaruh pada konsumen disaat konsumen akan mengubah keinginan atau bahkan menghentikan pemesanan suatu produk. Dalam hal ini konsumen sebagai individu yang akan memilih produk barang dan jasa yang dibutuhkan dan konsumen akan melakukan pembelian. Bilamana konsumen memutuskan tidak jadi melakukan pembelian produk hal ini akan menyebabkan bisnis menjadi tidak berhasil. Untuk menghindari ini, maka bisnis dapat mengubah produk barang atau jasa yang diberikan untuk membuat konsumen menjadi puas.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memanfaatkan penelitian kepustakaan atau studi literatur. Penelitian literatur merupakan salah satu metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji informasi dan konsep yang sudah ada berdasarkan sumber-sumber literatur yang relevan dengan topik tertentu. Pada penelitian ini, metode literatur digunakan untuk menganalisis dampak Bahasa Indonesia terhadap keterampilan berbisnis di kalangan mahasiswa ekonomi. Metode penelitian literatur memberikan landasan yang kuat untuk memahami peran Bahasa Indonesia dalam keterampilan berbisnis di kalangan mahasiswa ekonomi. Melalui tahapan yang sistematis, dari pemilihan topik hingga penulisan laporan, metode ini memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan berbagai perspektif dan temuan yang ada dalam literatur sebelumnya, sehingga memberikan gambaran yang jelas dan mendalam tentang topik yang diteliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Bahasa Indonesia sebagai Alat Komunikasi Bisnis yang Efektif**

Salah satu aspek paling krusial dalam bisnis adalah komunikasi. Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa ekonomi menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia secara efektif berdampak langsung pada kemampuan mereka untuk membangun hubungan bisnis yang baik. **Komunikasi yang jelas dan persuasif** dalam Bahasa Indonesia memungkinkan mahasiswa menyampaikan ide-ide bisnis dengan lebih mudah dan dapat dimengerti oleh semua pihak, baik rekan bisnis, klien, maupun investor.

Mahasiswa yang mampu menyusun laporan bisnis dalam Bahasa Indonesia yang padat, jelas, dan sesuai dengan konteks lokal menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mempresentasikan ide-ide bisnis di lingkungan domestik. **Ketepatan penggunaan terminologi bisnis** juga sangat penting. Penggunaan istilah yang salah atau ambigu dalam Bahasa Indonesia



dapat menyebabkan kesalahpahaman dalam komunikasi bisnis. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang tata bahasa dan kosakata bisnis sangat diperlukan.

Sebagai contoh, mahasiswa yang terbiasa menggunakan Bahasa Indonesia dalam penyusunan **proposal bisnis** lebih mampu menyusun argumen yang sesuai dengan standar lokal, sehingga meningkatkan kemungkinan diterima oleh mitra lokal atau investor dalam negeri. Sementara itu, mereka yang kurang terampil dalam bahasa ini sering kali mengalami kesulitan dalam mengekspresikan ide atau strategi bisnis secara efektif.

### **Pentingnya Bahasa Indonesia dalam Kewirausahaan dan Pemasaran Lokal**

Dalam konteks kewirausahaan, terutama di sektor mikro, kecil, dan menengah (UMKM), Bahasa Indonesia memainkan peran sentral. **Mahasiswa ekonomi yang ingin berwirausaha** perlu memiliki kemampuan untuk menyampaikan produk atau layanan mereka dengan menggunakan bahasa yang dapat dipahami oleh masyarakat luas. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang menguasai Bahasa Indonesia dengan baik cenderung lebih berhasil dalam **merancang strategi pemasaran** yang sesuai dengan target pasar lokal.

Kemampuan mereka dalam **menyusun konten pemasaran** seperti iklan, deskripsi produk, dan komunikasi pelanggan dalam Bahasa Indonesia yang lugas dan menarik sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Penggunaan Bahasa Indonesia yang akurat dan sesuai budaya dalam komunikasi pemasaran, seperti melalui media sosial, email marketing, atau brosur, memberikan keunggulan kompetitif bagi mahasiswa dalam memenangkan pasar lokal.

Sebagai contoh, mahasiswa yang terlibat dalam bisnis online sering kali menggunakan Bahasa Indonesia dalam platform e-commerce dan media sosial untuk mendeskripsikan produk mereka. Mereka yang mampu membuat deskripsi produk yang singkat, jelas, dan menarik perhatian dalam Bahasa Indonesia lebih berhasil dalam meningkatkan tingkat konversi penjualan.

### **Negosiasi Bisnis dengan Pemangku Kepentingan Lokal**

Negosiasi adalah salah satu keterampilan penting dalam bisnis, baik di level lokal maupun internasional. Di Indonesia, proses negosiasi sering kali membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang **konteks sosial dan budaya lokal**. Bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar utama di Indonesia memungkinkan mahasiswa ekonomi untuk **menjalin hubungan interpersonal yang lebih erat** dengan mitra bisnis, klien, atau bahkan kompetitor dalam proses negosiasi.



Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang mahir dalam menggunakan Bahasa Indonesia dalam konteks bisnis memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam **negosiasi bisnis lokal**. Mereka dapat menangkap nuansa sosial yang mungkin tidak tersampaikan jika menggunakan bahasa asing, seperti memahami ekspresi verbal dan nonverbal dari lawan bicara yang bisa memberikan petunjuk dalam proses negosiasi. Selain itu, penggunaan Bahasa Indonesia memungkinkan mahasiswa untuk lebih mendekatkan diri kepada mitra bisnis melalui penggunaan bahasa yang familiar dan lebih mengedepankan aspek keakraban.

Sebagai contoh, dalam proses negosiasi kontrak dengan pemasok lokal, mahasiswa yang menggunakan Bahasa Indonesia secara tepat cenderung lebih bisa mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan, karena mampu menyampaikan posisi mereka dengan jelas dan mendengarkan keinginan pihak lain dengan baik.

### **Pemahaman Konsep Ekonomi dalam Bahasa Indonesia**

Pemahaman materi ekonomi yang mendalam sangat penting bagi mahasiswa ekonomi, terutama dalam menerapkan teori-teori tersebut dalam praktik bisnis. Meskipun sebagian besar literatur akademik di bidang ekonomi bersumber dari bahasa Inggris, Bahasa Indonesia tetap berperan penting dalam **menyederhanakan konsep ekonomi** yang kompleks sehingga lebih mudah dipahami oleh mahasiswa.

Penggunaan Bahasa Indonesia dalam buku teks ekonomi, makalah, dan sumber pembelajaran lainnya memberikan pemahaman yang lebih jelas bagi mahasiswa yang masih dalam tahap awal pembelajaran ekonomi. Beberapa mahasiswa yang tidak fasih dalam bahasa asing merasa terbantu dengan adanya **penyederhanaan materi ekonomi** dalam Bahasa Indonesia, yang membuat mereka lebih siap untuk mengaplikasikan teori ekonomi dalam dunia nyata, seperti dalam pembuatan **rencana bisnis** atau **analisis pasar**.

Sebagai contoh, mahasiswa yang belajar menggunakan sumber pembelajaran berbahasa Indonesia lebih cepat memahami konteks ekonomi dalam negeri, seperti struktur pasar lokal, kebijakan moneter Indonesia, dan dinamika pasar kerja, yang semuanya akan sangat relevan dalam praktik bisnis di Indonesia.

### **KESIMPULAN**

Bahasa Indonesia memiliki peran yang sangat signifikan dalam mengembangkan keterampilan berbisnis mahasiswa ekonomi di Indonesia. Hasil penelitian literatur menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia yang efektif berkontribusi langsung terhadap keberhasilan



komunikasi bisnis, pemasaran, negosiasi, dan pemahaman konsep-konsep ekonomi dalam konteks lokal. Mahasiswa yang menguasai Bahasa Indonesia dengan baik memiliki keunggulan dalam memahami kebutuhan pasar, menjalin hubungan dengan mitra bisnis lokal, serta menyampaikan ide-ide bisnis dengan jelas dan persuasif.

Selain itu, Bahasa Indonesia juga membantu mahasiswa ekonomi dalam menjalankan bisnis lokal, khususnya di sektor UMKM, di mana pemahaman akan konteks sosial dan budaya Indonesia sangat penting. Meskipun bahasa asing, terutama bahasa Inggris, diperlukan untuk berkompetisi di tingkat global, penguasaan Bahasa Indonesia tetap menjadi pondasi penting bagi kesuksesan bisnis di dalam negeri.

### **Saran**

Universitas perlu mengintegrasikan pembelajaran Bahasa Indonesia dalam konteks bisnis, terutama terkait komunikasi bisnis, penulisan laporan, dan penyusunan proposal. Ini akan membantu mahasiswa meningkatkan kemampuan berbahasa mereka yang relevan dengan dunia bisnis.

Mahasiswa perlu diberi kesempatan untuk terlibat dalam pelatihan atau program kewirausahaan yang berfokus pada bisnis lokal. Hal ini akan meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya penggunaan Bahasa Indonesia yang sesuai dengan pasar lokal.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azhari, M. (2015). *Bahasa dalam Dunia Bisnis: Perspektif dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- Harjadi, Dikdik. Dewi Fatmasari. (2015). *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*. Universitas Kuningan: UNIKU Press.
- Nurhadi. (2019). *Komunikasi Bisnis Efektif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Prahendratno, Antonius., dkk. (2023). *Buku Ajar Pengantar Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Pratiwi, R. (2021). "Pengaruh Penguasaan Bahasa Indonesia Terhadap Keterampilan Komunikasi Bisnis Mahasiswa Ekonomi". *Jurnal Pendidikan dan Bisnis*, 8(2), 45-60.
- Vebrina, K. Y., Kinasih, L., Muddalifa, K., Wulandari, L. P. R., Al Rosid, M. H., & Arum, D. P. (2024). Strategi Komunikasi Efektif Dalam Bisnis Penerapan Kalimat Yang Tidak Ambigu Untuk Menghindari Gagal Paham. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 1(3), 492-497.