



BIJAKSANA

Jurnal Pengabdian Masyarakat
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Palangkaraya



Pelatihan Tahap Dasar dalam Membuat Surat Bisnis Berbahasa Inggris dengan Menggunakan Surat Elektronik Bagi Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital di Era Society 5.0

Ilham¹., Saifullah Darlan²., Dedy Setyawan³., Istiqamah Hafid⁴., A'am Rifaldi Khunaifi⁵., Muhammad Jailani⁶

¹ Program Studi SI Pendidikan Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, Indonesia

² Program Studi Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Palangka Raya, Indonesia

^{3,4} Program Studi SI Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, Indonesia

⁵ Program Studi SI Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, Indonesia

⁶ Program Studi SI Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, Indonesia

Email: ilhamroy88@gmail.com¹, fuldarlan@gmail.com², dedyblackdemon@gmail.com³, istiqamahhafid@umpr.ac.id⁴, aamrifaldi@gmail.com⁵, danishjayum006@gmail.com⁶

Informasi Artikel	ABSTRAK
Diterima: November 2023	Pengabdian ini ditujukan kepada mahasiswa semester I pada program studi Bisnis Digital pada Fakultas Bisnis dan Informatika Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan wawasan baru bagi mahasiswa tersebut agar lebih kreatif dengan memanfaatkan teknologi, informasi dan komunikasi di era sekarang, dengan menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa redaksional di dalam surat. Alasan digunakannya Bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar, karena era digital bisnis komunikasi tidak terbatas pada satu wilayah saja, namun sudah masuk ke wilayah global atau mendunia. Kegiatan pengabdian ini melibatkan seluruh mahasiswa aktif pada semester I di Program Studi Bisnis Digital. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengikuti program kegiatan mendapatkan manfaat yakni dengan mengetahui hal penting apa saja yang harus dilakukan saat mereka ingin melakukan sebuah transaksi/komunikasi bisnis melalui surat elektronik.
Revisi: November 2023	
Publikasi: Desember 2023	
	Kata kunci: Pengabdian masyarakat, Kemampuan menulis berbahasa inggris, Surat bisnis elektronik, Bisnis digital, Society 5.0
	This service to the community was conducted to improve the English writing skills of first-semester students in the Digital Business program at the Faculty of Business and Informatics, Muhammadiyah University of Palangkaraya. The service aimed to provide students with new insights on how to be more creative by using technology, information, and communication in the current era. The use of English as the editorial language in the email was justified by the fact that digital business communication is no longer limited to a single region, but has entered the global or international arena. The service involved all active students in the first semester of the Digital Business program. The results of the service showed that students who participated in the program benefited by learning the important things they need to do when they want to conduct a business transaction or communication through email.
	Keywords: Service to the community, English writing skills, Business emails, Digital business, Society 5.0
doi: 10.33084/bijaksana.v1i2.6232	Bidang: Pengabdian
Informasi sitasi: Ilham, Darlan, S., Setyawan, D., Hafid, I., Khunaifi, A. R., & Jailani, M. (2023). Pelatihan Tahap Dasar dalam Membuat Surat Bisnis Berbahasa Inggris dengan Menggunakan Surat Elektronik Bagi Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital di Era Society 5.0. BIJAKSANA: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1 (2), 7-18. doi: 10.33084/bijaksana.v1i2.6232	

PENDAHULUAN

Era sekarang bisa disebut sebagai era digital, karena segala sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan manusia dapat dilakukan tanpa harus usaha yang besar. Kalau di era lampau, untuk mencari makanan kita harus mengeluarkan tenaga dan mengesampingkan sedikit waktu, hanya untuk keluar rumah demi mencari makanan/jajanan di luar. Bahkan, ada pula seseorang yang punya usaha dan niat kuat, demi menghemat, ia lakukan hanya dengan memasak di rumah. Namun, di era digital ini, kita hanya cukup memiliki ponsel pintar, jaringan internet yang memadai, dan uang yang cukup, baik di rekening atau dompet digital, dan kita pun dapat memesan makanan di mana yang kita mau. Hal itu dilakukan semudah membalikan telapak tangan.

Begitu pula halnya dalam dunia bisnis, di era lampau, untuk mencari relasi kerja atau memperluas pasar usaha, kita harus mengeluarkan dana yang besar, baik akomodasi maupun juga transportasi, hanya untuk mengunjungi klien atau memperluas pasar usaha kita. Dengan berbantuan media teknologi di era digital semua bisa dilakukan tanpa *effort* yang sangat besar seperti sebelumnya, atau yang disebut dengan transformasi ekonomi digital (Wibowo, 2022).

Beberapa usaha sudah dilakukan oleh beberapa perusahaan, sekolah, hingga perguruan tinggi pun dalam konteks bisnis, usaha, bahkan ke tataran administrasi. Mereka menerapkan apa yang disebut dengan *e-office*, seperti *paperless* dalam surat-menyurat, mengganti surat tagihan yang ditujukan ke pelanggan dengan surat elektronik, dan penggunaan sumber daya hemat listrik seperti tablet dalam hal pekerjaan (Herdiana & Marsofiyati, 2019; Ilham & Putera, 2021; Iskandar & Wardiani, 2020; Mudrikah et al., 2021; Prasetyo et al., 2020; Utomo et al., 2023). Sehingga, tidak mengherankan jika semua dapat dilakukan hanya melalui ponsel pintar dan menjadi tantangan tersendiri di era Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0*, baik dalam urusan pribadi maupun urusan pekerjaan. (Hamdan, 2018; Potočan et al., 2020; Prasetyo et al., 2020; Sirait, 2022).

Tantangan terbesar di abad ini adalah tidak semua orang dapat menyampaikan ide hanya melalui pesan singkat, karena tentu saja akan memberikan dampak yang kurang baik pada sebuah relasi antar kedua pihak sebagai contoh yang cukup parah adalah terjadinya konflik sosial dari penggunaan sosial media. Hal tersebut disertai berbagai faktor, seperti kurangnya ikatan emosi, nomor penghubung yang tidak dikenal, bahasa yang tidak jelas, bahkan pesan yang tidak tersampaikan dengan utuh (Amaia et al., 2023; Arung Triantoro, 2019; Dunn et al., 2021; Zhang et al., 2023).

Meskipun begitu, ada pula keuntungan penggunaan sosial media seperti *WhatsApp* untuk berkomunikasi efektif (Sham et al., 2017). Namun demikian, tidak semua hal dapat dilakukan dengan hanya pesan singkat jika dalam urusan pekerjaan, sehingga memerlukan pesan formal dalam bentuk surat formal atau *Formal Letter*.

Pesan-pesan yang disampaikan dalam bentuk formal atau situasi yang tidak kasual bukanlah bahasa pesan percakapan sehari-hari, karena ada kaidah tertentu dalam penulisan pesan agar pembaca pesan dapat menerima makna dengan jelas dan benar (Yosepha, 2015). Salah satu pesan formal di era digital yang populer adalah surat bisnis melalui surat elektronik (*surel*) atau *electronic mail (e-mail)*. Cukup banyak penelitian dan usaha yang dilakukan para akademisi terkait penulisan surat bisnis baik bagi peserta didik maupun juga di tingkat mahasiswa, karena mereka sejatinya setelah lulus diharapkan untuk siap kerja dan berkompetisi di dunia luar (Dahler, 2014; Darajat & Kusumaningsih, 2023; Dewi & Puspitaloka, 2020; Prasetya & Syarif, 2023).

Hal tersebut masih meninggalkan celah, apakah sumber daya kita sudah mampu dalam menulis surat bisnis sebagai surat formal? Kemudian itu menjadi pertanyaan, karena penelitian yang dilakukan oleh Dahler (2014) membuktikan bahwa terdapat peserta didik yang masih mengalami kesulitan dalam membuat surat bisnis, terutama terkait cara belajar mereka dalam menyerap ilmu yang diberikan oleh guru. Sehingga, mereka cukup kesulitan dalam memahami materi dan mereka memerlukan alat bantu untuk belajar. Tidak hanya secara materi teknik, penelitian yang dilakukan Salam (2022) dan Yuniar (2020) menyebutkan bahwa para mahasiswa jurusan administrasi juga mengalami hal yang sama secara kebahasaan. Selanjutnya, cukup banyak usaha, baik teknik, metode atau cara ajar yang dilakukan oleh para akademisi untuk membantu proses pembelajaran di materi tersebut (Asiyah et al., 2022; Cuiping & Ya, 2019; Dewi & Puspitaloka, 2020; Murtiningrum et al., 2020; Prasetya & Syarif, 2023; Setiawan et al., 2020). Murtiningrum

(2020) mengembangkan metode *Task-Based Learning* untuk membantu meningkatkan keterampilan menulis, meskipun hal tersebut dilakukan di tingkat Sekolah Menengah Kejuruan. Metode yang diberikan tersebut cukup menarik dan memberikan dampak positif.

Komunikasi digital melalui surat formal pun tidak hanya mengenai teknik, metode, bahasa, namun juga budaya pengirim pesan kepada si penerima pesan (Canavor, 2012; Park et al., 1998; Prayitno, 2021). Surat bisnis bisa jadi sebuah peluang dan tantangan di era globalisasi sekarang apalagi hal tersebut bisa menjadi keuntungan dalam usaha jika kita dapat mengembangkan dengan baik keterampilan tersebut (Canavor, 2012; Cuiping & Ya, 2019; Hamdan, 2018; Mogaji et al., 2020; Sirait, 2022; Syukri & Sunrawali, 2022; Wibowo, 2022).

Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital dipersiapkan untuk menjadi mahasiswa yang tangguh untuk menghadapi perubahan paradigma bisnis yang mengutamakan aspek digital, salah satunya adalah kemampuan menulis surat dalam berbahasa Inggris, tentunya dengan memanfaatkan surat elektronik. Mereka memerlukan bekal tersebut untuk berkomunikasi bisnis yang efektif, karena surat bisnis merupakan media yang baik dalam hal komunikasi (Mavor, 1988).

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, menunjukkan bahwa mereka masih kesulitan dalam menulis berbahasa Inggris, hal ini disebabkan beberapa faktor, antara lain:

1. Kurangnya pengetahuan tentang tata bahasa dan kosakata;
2. Kurangnya pemahaman tentang struktur dan format surat bisnis;
3. Kurangnya praktik menulis surat bisnis.

Dengan demikian, untuk mengatasi masalah ini, maka kami merasa perlu melakukan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan menulis Bahasa Inggris dalam konteks surat bisnis bagi mahasiswa semester I di Program Studi Bisnis Digital. Adapun harapan kegiatan ini adalah mereka mendapatkan wawasan baru mengenai bagaimana menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi dan redaksional di dalam sebuah surat.

METODE

Pelatihan ini dilaksanakan secara daring pada Senin, tanggal 30 Oktober 2023 melalui *Zoom Meeting* melalui tautan berikut: <https://us06web.zoom.us/j/83113330606?pwd=FWVGHCRhFww0b3KySPBbdalbcP7MU2J.1> pukul 13.30 Waktu Indonesia Barat hingga selesai. Adapun jumlah peserta yang hadir adalah 18 (delapan belas) mahasiswa dari Program Studi Bisnis Digital. Namun sayangnya, isian *feedback* tidak bisa terisi penuh karena gangguan pada form yang diberikan, yang disebabkan oleh *technical error*. Materi yang pembuka adalah mengenai pengenalan dasar fungsi digital dalam bisnis, etika penulisan dan komunikasi dalam psikologi penulisan, Pemanfaatan dan tata cara penulisan format surat menyurat, pengetahuan kosakata berbahasa Inggris. Materi inti adalah mengenai cara penulisan surat bisnis dalam Bahasa Inggris. Materi pada pelatihan dasar ini merupakan materi dasar yang ke depannya akan direncanakan kembali untuk materi lanjutan pada pengabdian mendatang. Pada pelatihan kali ini, metode yang digunakan adalah metode ceramah dan praktik. Praktik dilakukan sesuai bidang dan kepakaran masing-masing dosen. Selain itu, peserta pelatihan juga diberikan tugas untuk membuat sebuah surat bisnis. Pengukuran keberhasilan acara ini dilakukan dengan memberikan kuesioner pada hari yang sama, *pre-test*, saat acara telah selesai dan juga jumlah surat bisnis yang dikirimkan sesuai diberikan materi (*post-test*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil dan pembahasan ini, saya akan memaparkan hasil pelaksanaan pelatihan, lalu disampaikan pula diskusi hasil kegiatan pelatihan. Pelatihan ini terdiri dari beberapa dua tahapan, (a) Tahapan Pelaksanaan dan (b) Tahapan Evaluasi. Lalu pada proses pelaksanaan terbagi menjadi empat sub tahapan, yakni sebagai berikut:

1. Tahap pemberian Kuesioner;

2. Tahap *Pre-test*;
3. Tahap Pemberian materi;
4. Tahap penugasan (*post-test*)

I. Tahap Kuesioner

Tahapan ini merupakan bagian awal yang bertujuan untuk mengetahui minat mereka dalam mengikuti pelatihan, serta hal apa yang mereka butuhkan (*Outcome based*). Di dalam kuesioner ini berisi lima poin pertanyaan, yakni nama peserta, penggunaan fitur digital apa yang sering mereka gunakan sehari-hari. Hasil yang mengejutkan adalah ternyata hampir seluruh peserta tidak pernah menggunakan fitur surat elektronik sebagai sarana komunikasi. Mereka cenderung memilih sosial media untuk berurusan baik pribadi maupun kebutuhan kuliah.



Gambar 1. Pertanyaan penggunaan fitur digital yang sering digunakan oleh peserta

Gambar 1. merupakan salah satu dari lima pertanyaan yang ditanyakan para tim Pengabdian yang diberikan kepada seluruh peserta pelatihan. Pertanyaan yang diberikan merupakan pertanyaan dasar, salah satunya yaitu mengenai penggunaan serta fitur digital apa yang sudah mereka gunakan di kegiatan sehari-hari. Dari kuesioner tersebut terlihat bahwa fitur yang digunakan adalah Instagram. Hal ini tidak mengherankan, karena memang Instagram merupakan sosial media yang cukup banyak digunakan selain Twitter. Selain itu, Instagram juga digunakan sebagai bahan promosi usaha. (Hamdan, 2018; Syukri & Sunrawali, 2022; Wibowo, 2022). Kemudian, Sosial media Facebook dan Mobile Banking cukup banyak digunakan juga selain Instagram. Tim Pengabdian berasumsi bahwa Facebook masih tetap digunakan sebagai sarana komunikasi, dan *mobile banking* digunakan sebagai bahan transaksi finansial.

Pertanyaan selanjutnya (Gambar 2.) pada *kuesioner* adalah mengenai penggunaan Bahasa Inggris sebagai bahasa yang digunakan dalam melakukan transaksi bisnis.



Gambar 2. Pertanyaan mengenai penggunaan Bahasa Inggris dalam bertransaksi digital

Gambar 2. menunjukkan bahwa mahasiswa jarang atau menggunakan kalimat singkat dalam melakukan transaksi bisnis dalam konteks digital. Berdasarkan gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa mereka hanya menggunakan Bahasa Inggris hanya sebagai bahasa pengantar saat melakukan aktivitas ringan. Adapun jawaban lain yang

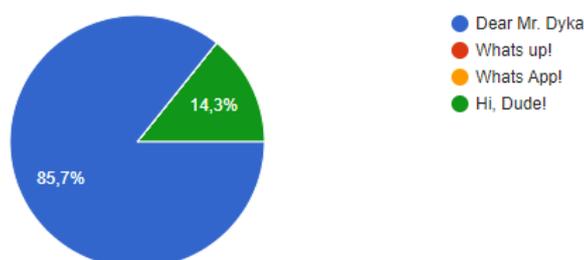
didapatkan adalah belum pernah, yang berarti menunjukkan bahwa mereka tidak pernah sama sekali menggunakan bahasa Inggris, baik dalam transaksi bisnis atau aktivitas sehari-hari.

2. Tahap *Pre-test*

Tahap *pre-test* adalah tahapan di mana para peserta diberikan pertanyaan mengenai hal terkait surat menyurat dan hal-hal dasar mengenai Bahasa Inggris. Pada tahapan ini seluruh peserta diwajibkan untuk menjawab lima buah pertanyaan. Adapun jawaban dari pertanyaan tersebut memungkinkan para pemateri untuk dapat mengetahui sejauh mana kemampuan mitra mereka. Hal dasar tersebut menjadi penting, meskipun berupa *pre-test* yang diberikan melalui form, karena cukup banyak pada pelatihan terdahulu yang menjadikan bahasa Inggris sebagai momok dalam berkomunikasi (Dahler, 2014; Darajat & Kusumaningsih, 2023; Setiawan et al., 2020).

Gambar 3. Pertanyaan dasar *pre-test* mengenai Bahasa Inggris dasar dalam konteks formal

Gambar 2. menunjukkan pertanyaan yang cukup mudah, namun cukup kompleks jika memang tidak terbiasa dilakukan. Seperti pada contoh pertanyaan di atas, bagaimana penyebutan salam yang benar dalam konteks formal.



Gambar 4. Grafik Jawaban responden dari salah satu pertanyaan *pre-test* mengenai greeting in formal

Gambar 4. merupakan rekapitulasi jawaban peserta yang masih menjawab pilihan lain selain “*dear Mr. Dyka*”. Jika berdasarkan aturan dalam membuat surat bisnis, maka bahasa yang digunakan mestinya formal language writing style (Cuiping & Ya, 2019; Plung, 1980) Namun, dari grafik (Gambar 4.) tersebut masih ada peserta yang menjawab “*hi, Dude!*”. Mestinya hal tersebut bukanlah jawaban yang benar, karena Bahasa Inggris dalam konteks formal selalu menggunakan penyebutan yang formal, seperti “Mister” atau Tuan. Hal itulah yang menyebabkan kenapa surat elektronik lebih baik menggunakan bahasa yang formal, mengingat bahasa gaul/*slang* hanya cocok digunakan untuk tuturan yang bersifat umum.

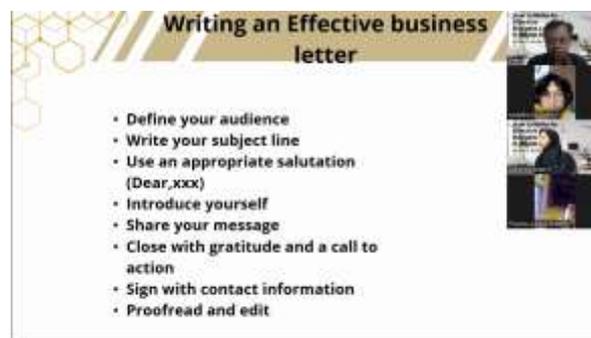
3. Tahap Pemberian Materi

Pada tahap ini materi terdiri dari dua bagian, materi dasar dan materi ini. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa materi dasar merupakan stimulus dari hasil kuesioner dan *pre-test* yang sudah diberikan

kepada peserta/mitra pelatihan. Kemudian, mengenai materi inti adalah tata cara dasar bagaimana memanfaatkan Bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar atau redaksional pada surat bisnis.



Gambar 5. Pemberian materi dasar kepada peserta pelatihan/mitra



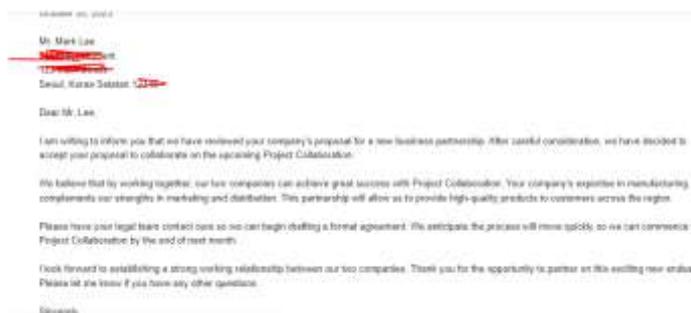
Gambar 6. Pemberian materi inti kepada peserta/mitra

Gambar 5 & 6. Merupakan tahapan dari pemberian materi. Pemberian materi terbagi menjadi dua jenis. Pada pemberian materi, peserta diminta untuk menyimak materi dengan fokus, karena pada akhir materi akan diadakan sesi tanya jawab, *sharing* pengalaman. Setelah diberikan materi inti yang memakan waktu selama kurang lebih 30 menit, lalu dilanjutkan praktik selama 30 menit, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya jawab (- + 10 menit). Lalu dilanjutkan dengan Tahapan *post-test*.

Pada tahapan materi ini, cukup banyak peserta yang mendapatkan ide/gagasan baru dalam menulis surat bisnis dalam berbahasa Inggris dengan memanfaatkan fitur teknologi, informasi, dan komunikasi yaitu surat elektronik. Hal ini diakibatkan karena mereka terbiasa dengan fitur pesan instan. Padahal, banyak hal yang mungkin mereka bisa dapatkan dengan memanfaatkan fitur surat elektronik, jika mereka sudah terjun ke dunia kerja kelak. (Canavor, 2012; Mogaji et al., 2020; Prasetya & Syarif, 2023; Syukri & Sunrawali, 2022; Tolstoy & Hanell, 2022; Wibowo, 2022).

4. Tahap Post-Test

Pada tahap ini peserta diberikan latihan yang wajib dilakukan tanpa ada bimbingan selama tahapan. Hal ini diperlukan untuk membuktikan apakah para peserta memahami materi yang diberikan oleh tim pengabdian atau tidak. Sehingga, jika dilakukan pengabdian pada tahap lanjutan dari pelatihan dasar, penyaji materi cukup memahami bagaimana kondisi peserta dan mempersiapkan metode yang lain, yang diharapkan memberikan dampak positif bagi penelitian dan pengabdian selanjutnya (Dewi & Puspitaloka, 2020; Plung, 1980; Yosepha, 2015)



Gambar 7. Pemberian post -test kepada peserta yakni dengan praktik membuat surat melalui surat elektronik

Gambar 7. Merupakan tangkapan gambar dari tahap pemberian *post-test*. Pada tahapan ini kemampuan dari peserta diuji, yang mana hasilnya menjadi gambaran bagi fasilitator kegiatan dalam memberikan materi pada pelatihan seri lanjutan.

5. Tahap Evaluasi

Tahap ini merupakan tahap terakhir yang fasilitator dan peserta kegiatan wajib lewati. Tahap ini menjadi gambaran kegiatan atau indikator suksesnya kegiatan, atau bisa saya sebut sebagai tahap refleksi. Pada tahap ini peserta dikirim sebuah formulir yang berisi evaluasi kinerja dari fasilitator dan harapan pelatihan di kemudian hari.



Gambar 8. Pemberian *feedback* dari hasil kegiatan sebagai sebuah refleksi kegiatan

Berdasarkan hasil dari pelatihan dan evaluasi mengenai kegiatan pelatihan tahap dasar dalam membuat surat bisnis berbahasa Inggris dengan menggunakan surat elektronik bagi mahasiswa program studi bisnis digital di era society 5.0, hasil yang didapat sangat memuaskan bagi penyelenggara/fasilitator, karena berdasarkan hasil kuesioner berupa formulir yang dibagikan peserta memberikan nilai yang sangat bagus kepada tim. Meskipun jika dilihat pada Gambar 8, ada sebagian peserta yang merasa masih kurang puas. Ketidakpuasan peserta tersebut dikarenakan waktu yang diberikan masih kurang dan dilaksanakan melalui Zoom Meeting. Lebih lanjut,

kesulitan mengenai kosakata Bahasa Inggris masih menjadi momok tersendiri saat mereka melakukan praktik. Hal ini sejalan dengan apa yang sudah dilakukan oleh para akademisi seperti Darajat & Kusumaningsi (2023) dan Setiawan, dkk (2020) yang terlebih dahulu melakukan kegiatan. Namun, jika berkaca dari pelatihan tahap awal, hal itu justru memantik semangat dari penyelenggara, karena dari evaluasi tersebut penyelenggara dapat melihat teknik apa yang harus dilakukan dalam memancing kreativitas mereka dalam menulis surat bisnis, seperti yang sudah dilakukan oleh Murtiningrum (2020) yang memilih metode tertentu dalam mengajarkan pesertanya.

Bahkan, Pelatihan ini juga memberikan mereka pengetahuan dalam menulis surat bisnis di era digital atau era industri (Lukiana et al., 2022; Potočan et al., 2020; Prasetyo et al., 2020), yang mana mereka membutuhkan pengetahuan dasar dalam menghadapi tantangan di ekonomi digital (Wibowo, 2022).

KESIMPULAN

Jika mengambil data berdasarkan hasil evaluasi dengan memberi rating bintang pada form, maka dapat dilihat bahwa mereka sangat menyenangi materi yang diberikan para narasumber. Mereka membutuhkan materi tersebut karena berhubungan sekali dengan kebidangan yang mereka ambil. Kelemahan dari kegiatan ini adalah masih dilakukan melalui daring (*Zoom Meeting*), sehingga mereka merasa kurang puas. Hal itu terlihat dari bintang yang diberikan saat evaluasi akhir setelah *Post-test*. Lebih lanjut, waktu yang terbatas yaitu hanya satu hari juga membuat mereka kurang leluasa saat praktik membuat surat bisnis elektronik. Lalu, gangguan jaringan dari peserta yang membuat pesan atau informasi yang disampaikan oleh pemateri membuat mereka tidak bisa menangkap materi secara utuh. Namun, secara keseluruhan pelatihan ini memberikan kontribusi pada perguruan tinggi dan pelatihan yang telah diberikan sebelumnya oleh para pakar dan akademisi, dan peserta cukup puas atas pelatihan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian. Pelatihan ini diharapkan menjadi evaluasi sekaligus persiapan untuk pelatihan mendatang yang akan dilakukan bagi mahasiswa peserta yang telah mengikuti di pelatihan tahap dasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaia, E., Izzah, A. N., Akram, A., & Risal, N. (2023). *Penyalahgunaan Pesan singkat Menggunakan Algoritma Naïve Bayes*. 8(1), 1–7. <http://tsel.me/tsel>
- Arung Triantoro, D. (2019). Konflik Sosial dalam Komunitas Virtual di Kalangan Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 135–150. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art2>
- Asiyah, S., Mahardhani, A. J., & Rosidha, L. (2022). Pelatihan Berbahasa Inggris ‘English For Business’ untuk Mahasiswa Keguruan. *Batara Wisnu : Indonesian Journal of Community Services*, 2(1), 195–200. <https://doi.org/10.53363/bw.v2i1.139>
- Canavor, N. (2012). *Business Writing in the Digital Age*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=uhOw8BpA3iwC>
- Cuiping, H., & Ya, Z. (2019). *On Writing Strategies of Business Letters in Cross Border E-Commerce*. 4464(8), 464–472. <https://doi.org/10.36349/easjebm.2019.v02i08.013>
- Dahler, D. (2014). A study on the writing english business letter difficulties at the first year students accounting department of smkn 1 bandar seikijang. *Lectura : Jurnal Pendidikan*, 5(1). <https://doi.org/10.31849/lectura.v5i1.149>
- Darajat, A., & Kusumaningsih, C. (2023). Analisis Kesalahan Mahasiswa Menulis Surat Business Correspondence dalam Bentuk Bahasa Inggris. *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(8), 5716–5724. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i8.2564>
- Dewi, I. P., & Puspitaloka, N. (2020). Pelatihan Penulisan Business Letter Pada Program Keahlian Administrasi Perkantoran di SMK Bhinneka Karawang. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 154–157. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.8165>

- Dunn, R., Kim, J., Poucher, Z. A., Ellard, C., & Tamminen, K. A. (2021). A Qualitative Study of Social Media and Electronic Communication among Canadian Adolescent Female Soccer Players. *Journal of Adolescent Research*, 07435584211045131. <https://doi.org/10.1177/07435584211045131>
- Hamdan, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>
- Herdiana, F., & Marsofiyati. (2019). Penerapan dan Pemanfaatan E-Office Sebagai Perwujudan Paperless Office. *Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 3(1), 69–74. <http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/jikap>
- Ilham, I., & Putera, D. (2021). The Urgency of Beginner Traders in Society 5.0 to Understand the Meaning of Educational Contents on the @DaprosClubBasic Telegram Channel during the Pandemic Era. *Proceedings of International Seminar Society 5.0 Fostering Spirituality and Humanity 3 (2a)*, 438–449.
- Iskandar, T. P., & Wardiani, W. (2020). Penerapan Paperless Sebagai Media Komunikasi Digital. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 6(2), 2442–4005. <http://journals.telkomuniversity.ac.id/liski93JurnalIlmiahLISKI%0Ahttps://journals.telkomuniversity.ac.id/liski>
- Lukiana, N., Jariah, A., Irwanto, J., & Hartono, H. (2022). Membangun motivasi dan kreatifitas berwirausaha. *Progress Conference*, 5(2 SE-Articles), 452–460. <https://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/543>
- Mavor, W. F. (1988). *English for Business*. Pitman. <https://books.google.co.id/books?id=N8WwQgAACAAJ>
- Mogaji, E., Soetan, T. O., & Kieu, T. A. (2020). The implications of artificial intelligence on the digital marketing of financial services to vulnerable customers. *Australasian Marketing Journal*, 29(3), 235–242. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.05.003>
- Mudrikah, S., Kusmuriyanto, & Kardiyem. (2021). Upaya Menumbuhkan Budaya Paperless Melalui Pemanfaatan Ispring Quiz Maker di SMK YPPM Boja. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 89–99.
- Murtiningrum, R. C. R. D., Rafli, Z., & Purbaini, A. (2020). Penerapan Metode Task-Based Learning untuk Meningkatkan Keterampilan Menulis Surat Bisnis Bahasa Inggris. *DEIKSIS*, 12(02), 220. <https://doi.org/10.30998/deiksis.v12i02.5026>
- Park, M. Y., W, T. D., & K. L., M. (1998). Korean Business Letters: Strategies for Effective Complaints in Cross-Cultural Communication. *Journal of Business Communication*, 35(3), 328–345. <https://doi.org/10.1177/002194369803500302>
- Plung, D. L. (1980). Writing the Persuasive Business Letter. *Journal of Business Communication*, 17(3), 45–49. <https://doi.org/10.1177/002194368001700305>
- Potočan, V., Mulej, M., & Nedelko, Z. (2020). Society 5.0: balancing of Industry 4.0, economic advancement and social problems. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-12-2019-0858>
- Prasetya, R. E., & Syarif, A. (2023). Peningkatan Pembuatan Surat formal Bahasa Inggris dan Pengelolaan Mail Merge dalam pembuatan surat elektronik tingkat Operasional Dasar untuk Siswa-Siswi SMK Triguna 1956. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 39–46. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.902>
- Prasetyo, S. E., Damaraji, G. M., & Kusumawardani, S. S. (2020). A Review of The Challenges of Paperless Concept In The Society 5.0. *International Journal of Industrial Engineering and Engineering Management*, 2(1), 15–24. <https://doi.org/10.24002/ijeem.v2i1.3755>
- Prayitno, S. (2021). Komunikasi Pemasaran Global Terpadu: Tantangan di Era Digital. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(1), 27–39. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i1.2152>
- Salam, H. B., Nurfaedah, N., & Indraswari, R. (2022). Analisis kesalahan berbahasa pada penulisan surat lamaran

- pekerjaan mahasiswa administrasi bisnis politeknik lp3i makassar. *Journal of Research and Development on Public Policy*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.58684/jarvic.v1i2.13>
- Setiawan, E., Rahman, D. A., & Kristanto, R. (2020). Pelatihan Keterampilan Menulis dalam Korespondensi Berbahasa Inggris, Menerjemahkan serta Keterampilan Menggunakan Grammarly, Google Translate, dan Google Drive di Sekolah Menengah Kejuruan KSATRYA, Rawasari, Jakarta Pusat. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 118–126. <https://doi.org/10.31334/jks.v2i2.733>
- Sham, M., Ali, S., & Kootbodien, A. (2017). The Effectiveness of WhatsApp as an Interpersonal Communication Medium among Abu Dhabi University Students. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 3(1), 11–19. <https://doi.org/10.20431/2454-9479.0301002>
- Sirait, F. E. T. (2022). Dampak Revolusi Industri 4.0 pada Industri Teknologi Komunikasi di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora Universitas Pendidikan Ganesha*, 6(1), 132–139. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPPSH/article/view/28153>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Tolstoy, D., & Hanell, S. M. (2022). Effectual market creation in the and medium-sized enterprises. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1177/02662426211072999>
- Utomo, B. S., Murwaningsih, T., & Subarno, A. (2023). Penerapan kebijakan paperless di Badan Kepegawaian, Pendidikan dan Pelatihan Daerah Kota Surakarta. *Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 7(3), 196–203. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/jikap.v7i3.60667>
- Wibowo, A. (2022). *Transformasi Ekonomi Digital* (J. T. Santoso (ed.)). Yayasan Agus Teknik.
- Yosepha, S. Y. (2015). Beyond of Business Correspondence. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(2), 9–16. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jmm/article/view/531>
- Yuniar, Y., Azizah, N., & Irma, C. N. (2020). Analisis Kesalahan Berbahasa Penulisan Surat Lamaran Pekerjaan Siswa Smk Al-Huda Bumiayu. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 3(2), 189–196. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v3i2.32>
- Zhang, J., Bai, H., Lu, J., & Zheng, L. (2023). Problematic use of social media: The influence of social environmental forces and the mediating role of copresence. *Heliyon*, 9(1), e12959. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e12959>