

## Workshop Penulisan e-mail Berbahasa Inggris bagi Divisi Pemasaran PT. Bio Industri Omnipresen

Humaera Silvia Maristy<sup>1\*</sup>, Rahma Fitriana<sup>2</sup>, Indah Permatasari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

\*email corresponding author: [humaera.silvia@uny.ac.id](mailto:humaera.silvia@uny.ac.id)

### ABSTRACT

*This community service activity aims to improve English email writing skills for the Marketing Division of PT. Bio Industri Omnipresen through a 4-week workshop using a blended learning method, which combines face-to-face and online learning via Zoom. The main problem faced by the partner is the lack of ability in international marketing communication, particularly in writing effective and professional e-mails in English. This activity begins with identifying training needs, followed by implementing a workshop, and concludes with an evaluation. The evaluation was conducted through participant satisfaction surveys and assessments of the participants' improvement in e-mail writing skills. The results show a significant improvement in writing formal and informal e-mails, understanding professional e-mail formats, and increased confidence in using English for business communication. Although the workshop was conducted smoothly, there were several challenges faced, such as the varying levels of English proficiency among participants, limited training time, and technical difficulties due to different work locations. For the sustainability of the program, it is recommended to have a follow-up program in the form of advanced training sessions, the extension of the workshop duration, and the improvement of training methods so that the benefits obtained by the participants are more optimal*

**Keywords:** Workshop; e-mail writing; English; marketing; blended learning

### PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, email telah menjadi alat komunikasi utama dalam dunia bisnis, terutama di sektor pemasaran. Sebagai alat yang efektif untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mitra bisnis, email memainkan peran penting dalam membangun merek dan mempromosikan produk atau layanan. Letmathe dan Noll (2024) menekankan pentingnya email dalam pemasaran karena kemampuannya menjangkau audiens luas, mengirimkan pesan dengan cepat, dan sifatnya yang tidak mengganggu. Halenko dkk (2021) juga menyebut email sebagai media komunikasi bisnis dominan karena efektivitas dan efisiensinya.

Dalam konteks pemasaran modern, email bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga strategi yang dapat diintegrasikan dengan berbagai platform digital lainnya, seperti media sosial dan situs web perusahaan. Sinergi ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih terhubung dan personal. Sebagai

contoh, kampanye pemasaran melalui email dapat dirancang untuk melengkapi iklan media sosial atau pengumuman produk baru di situs web, sehingga pesan yang disampaikan lebih konsisten dan berdampak. Selain itu, email juga memberikan fleksibilitas dalam penyampaian informasi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan waktu pelanggan, seperti pengiriman pengingat pembelian, undangan acara, atau survei kepuasan pelanggan. Hal ini menjadikan email sebagai alat yang tak tergantikan dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Selain itu, Park dkk (2021) menegaskan bahwa email memberikan jangkauan luas untuk menyampaikan penawaran khusus dan peluncuran produk baru, yang pada akhirnya memperkuat kesadaran merek dan memperluas basis pelanggan. Lebih lanjut, hasil penelitian yang dilakukan oleh Melović et. al. (2020) juga menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan mengandalkan penggunaan digital marketing dalam bisnisnya, maka semakin signifikan pengaruhnya terhadap promosi dan brand positioning. Namun, keberhasilan pemasaran melalui email sangat bergantung pada kualitas dan relevansi pesan. Millot (2017) mengungkapkan bahwa strategi linguistik yang tepat sangat diperlukan dalam email berbahasa Inggris, yang merupakan lingua franca bisnis global. Profesional pemasaran dituntut untuk tidak hanya menulis email dengan tata bahasa yang baik, tetapi juga menciptakan konten menarik, personal, dan persuasif untuk mendorong respons yang diinginkan dari pelanggan. Selain tantangan teknis, profesional pemasaran juga harus mempertimbangkan aspek hukum dan etika dalam email marketing. Regulasi seperti GDPR (General Data Protection Regulation) dan CCPA (California Consumer Privacy Act) mengharuskan perusahaan untuk menjaga transparansi dalam pengumpulan dan penggunaan data pelanggan. Pelanggaran terhadap aturan ini tidak hanya berisiko menurunkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga dapat berujung pada sanksi hukum yang signifikan. Oleh karena itu, strategi email marketing yang sukses harus mengintegrasikan kepatuhan terhadap regulasi dengan pendekatan yang berpusat pada pelanggan.

Selain aspek teknis, personalisasi dan segmentasi audiens menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas email untuk pemasaran. Dengan memanfaatkan data pelanggan, perusahaan dapat menyusun pesan yang lebih relevan dengan kebutuhan dan preferensi setiap segmen pasar. Penelitian oleh Chaffey (2022) menunjukkan bahwa email yang dipersonalisasi memiliki tingkat keterbukaan dan respons yang jauh lebih tinggi dibandingkan email generik. Hal ini menekankan pentingnya pemahaman mendalam terhadap karakteristik audiens dalam merancang strategi komunikasi yang efektif. Teknologi seperti artificial intelligence (AI) juga semakin memainkan peran penting dalam mempermudah personalisasi skala besar, memungkinkan perusahaan



untuk menyusun kampanye email yang lebih relevan dan tepat sasaran secara otomatis. Hal ini semakin relevan dalam konteks PT. Bio Industri Omnipresen, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perawatan dan finishing kayu. Hal ini semakin relevan dalam konteks PT. Bio Industri Omnipresen, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perawatan dan finishing kayu. Perusahaan ini menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk meningkatkan daya tahan, estetika, dan nilai tambah produk berbahan kayu, seperti furnitur, lantai, dan elemen dekorasi lainnya. Dengan fokus pada kualitas dan inovasi, PT. Bio Industri Omnipresen melayani pasar lokal maupun internasional, bekerja sama dengan mitra bisnis di berbagai negara untuk memenuhi kebutuhan industri kayu global yang terus berkembang.

Sebagai perusahaan yang berorientasi pada ekspor dan memiliki jaringan klien internasional, komunikasi yang efektif, terutama melalui e-mail, menjadi elemen penting dalam operasional sehari-hari. Kemampuan untuk menyampaikan informasi produk, menjawab pertanyaan klien, serta menjalin hubungan bisnis secara profesional melalui komunikasi tertulis sangat diperlukan untuk menjaga kepercayaan dan membangun reputasi perusahaan di pasar global. Dalam industri yang sangat kompetitif ini, PT. Bio Industri Omnipresen terus berupaya meningkatkan kemampuan stafnya, termasuk dalam hal keterampilan komunikasi, untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan memperkuat posisinya sebagai pemain kunci di sektor perawatan dan finishing kayu. Namun, perusahaan ini menghadapi tantangan dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan internasional, karena keterbatasan staf pemasaran dalam menulis email yang efektif dan sesuai standar bisnis global. Kumar (2021) serta Rodriguez dan Sangle-Ferriere (2023) menyarankan bahwa strategi komunikasi email harus berbeda dari komunikasi tatap muka, dengan fokus pada penyesuaian konten terhadap audiens dan konteks pemasaran.

Pelatihan yang dirancang dalam program ini bertujuan untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis pada analisis kebutuhan, pelatihan ini akan memfasilitasi pengembangan keterampilan praktis staf pemasaran dalam menyusun email yang efektif, relevan, dan persuasif. Hal ini sejalan dengan tujuan dari kebijakan pelatihan dan program pendidikan organisasi untuk memastikan staf yang berkualitas, terlatih dan kompeten, yang keberadaannya diperlukan agar organisasi dapat memenuhi kebutuhannya saat ini dan di masa depan (Třeřová, S., & Olřavský, F., 2017). Dalam pelatihan ini, peserta akan dilibatkan dalam berbagai simulasi dan latihan menulis email yang sesuai dengan skenario bisnis sehari-hari mereka, sehingga mereka dapat langsung menerapkan keterampilan baru yang diperoleh. Melalui pendekatan ini, diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan

teknis mereka dalam berkomunikasi melalui email, tetapi juga memperkuat kemampuan analitis dalam mengidentifikasi audiens yang tepat dan menciptakan strategi email yang sesuai dengan konteks pemasaran perusahaan.

## METODE

Kegiatan ini menggunakan metode blended learning, yang menggabungkan pertemuan tatap muka dan pembelajaran daring melalui platform Zoom. Kegiatan berlangsung selama empat minggu, dengan tujuan meningkatkan keterampilan komunikasi melalui email dalam bahasa Inggris bagi staf pemasaran PT Bio Industri Omnipresen. Workshop dan latihan mandiri menjadi fokus utama, di mana peserta dilatih untuk menguasai strategi linguistik, teknik komunikasi persuasif, dan kemampuan mengidentifikasi audiens yang tepat. Tahap awal meliputi identifikasi kebutuhan melalui survei, wawancara, dan penilaian keterampilan peserta, yang kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan yang terstruktur.

Hasil pengabdian ini diukur melalui dua pendekatan, yaitu deskriptif dan kuantitatif. Secara deskriptif, penilaian dilakukan melalui observasi langsung selama pelatihan, evaluasi praktik menulis email, serta umpan balik dari instruktur terhadap setiap tugas yang diberikan. Secara kuantitatif, alat ukur keberhasilan adalah hasil penilaian tugas penulisan email dan survei kepuasan peserta. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur peningkatan keterampilan peserta dalam menulis email berbahasa Inggris, terutama dalam hal penggunaan strategi linguistik yang efektif dan personalisasi konten sesuai dengan target audiens.

Tingkat ketercapaian keberhasilan dilihat dari tiga aspek utama: perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi. Dari sisi perubahan sikap, peserta diharapkan lebih percaya diri dalam berkomunikasi melalui email, khususnya dalam konteks bisnis internasional. Kepercayaan diri ini diukur melalui survei pasca-pelatihan, yang menilai persepsi peserta terhadap kemampuan mereka sendiri sebelum dan sesudah pelatihan. Dari sisi sosial budaya, pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan interaksi profesional staf pemasaran dengan mitra bisnis asing, terutama dalam menciptakan hubungan yang lebih harmonis dan produktif. Peningkatan ini dievaluasi melalui studi kasus yang melibatkan simulasi komunikasi lintas budaya. Sementara itu, dari sisi ekonomi, peningkatan keterampilan ini diharapkan dapat mendukung keberhasilan pemasaran produk serta membantu perusahaan mencapai target bisnisnya lebih cepat. Efek ekonomi ini diukur melalui laporan internal perusahaan mengenai peningkatan respons pelanggan terhadap email pemasaran yang dikirimkan setelah pelatihan.



Dengan pendekatan yang terstruktur dan berbasis kebutuhan, metode ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis peserta, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang pada keberhasilan komunikasi bisnis perusahaan secara keseluruhan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Workshop Penulisan Email Berbahasa Inggris untuk Divisi Pemasaran PT. Bio Industri Omnipresen berhasil dilaksanakan sesuai rencana, menggunakan pendekatan blended dengan 8 (delapan) peserta meliputi 4 (empat) peserta hadir secara langsung dari Yogyakarta dan 4 (empat) lainnya bergabung secara virtual melalui Zoom dari Cirebon. Workshop dilaksanakan secara bertahap yaitu *blended* melalui Zoom dan tatap muka di Kantor Garudaloka yang beralamat di Jl. Garuda No.30, Pringgolayan, Banguntapan, Kec. Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55198 pada tanggal 16 dan 23 Agustus 2024, serta sesi kerja mandiri secara daring pada tanggal 17-22 Agustus 2024 dan tanggal 24-29 Agustus 2024 dengan mengumpulkan hasil kerja melalui e-mail dan grup Whatsapp.

Materi workshop disampaikan oleh 3 (tiga) narasumber. Narasumber pertama yaitu Rahma Fitriana, M, Ed. menyampaikan teori dan struktur penulisan email berbahasa Inggris pada tanggal 16 Agustus 2024. Narasumber Indah Permatasari, M.Pd. dan Humaera Silvia Maristy, M.Pd. memeberikan materi berupa studi kasus dan pemakaian AI dan penulisan e-mail pada tanggal 23 Agustus 2024. Untuk lebih memperjelas susunan kerja dari tim pengabdian, Tabel 1 menyajikan informasi terkait deskripsi tugas masing-masing anggota.

Tabel 1. Deskripsi Pembagian Kerja Anggota

Keanggotaan	Deskripsi Kerja
<b>Ketua</b>	Mengkoordinasikan semua proses pengabdian dari awal sampai akhir
<b>Pengusul</b>	dan berkoordinasi dengan mitra
<b>Anggota 1</b>	Mengkomunikasikan workshop dengan para partisipan dan menyusun rundown
<b>Anggota 2</b>	Mengontak dan mendampingi narasumber
<b>Anggota 3, 4</b>	Publikasi dan dokumentasi
<b>Anggota 5, 6</b>	Publikasi dan dokumentasi

Berikut beberapa hasil yang dicapai:

a. Peningkatan Kemampuan Penulisan E-mail Berbahasa Inggris

Peserta workshop menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan penulisan e-mail formal dan informal berbahasa Inggris. Melalui simulasi dan praktik langsung, peserta mampu menyusun e-mail dengan struktur yang lebih baik, menggunakan tata bahasa yang benar, serta menyesuaikan gaya bahasa sesuai dengan konteks komunikasi bisnis. Hasil workshop ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Sudjana (2010) menyatakan bahwa tujuan metode pembelajaran simulasi adalah untuk melatih keterampilan khusus baik secara profesional maupun dalam kehidupan sehari-hari, untuk memahami konsep dan prinsip, untuk melatih pemecahan masalah, untuk meningkatkan aktivitas belajar, dan untuk mengajar siswa motivasi untuk belajar. Pembelajaran ini juga melatih siswa untuk bekerja secara kolaboratif dalam situasi kelompok, mendorong kreativitas siswa, mengembangkan sikap toleran, dan meningkatkan pemahaman mereka tentang format email profesional.

b. Peningkatan Pemahaman Format E-mail Profesional

Peserta memahami lebih mendalam tentang format e-mail yang sesuai dengan standar profesional internasional. Hal ini mencakup penggunaan subjek e-mail yang efektif, penulisan pembuka dan penutup yang tepat, serta kesesuaian antara bahasa formal dan semi-formal berdasarkan kebutuhan komunikasi dengan klien maupun mitra bisnis internasional. Pemahaman ini juga mencakup pentingnya penggunaan bahasa yang jelas, ringkas, dan tepat sasaran agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan menghindari kesalahpahaman.

Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman tentang struktur e-mail yang efisien, seperti penggunaan paragraf yang terorganisir dengan baik, serta teknik penyusunan kalimat yang mudah dipahami namun tetap profesional. Peningkatan pemahaman ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas komunikasi tertulis yang dilakukan oleh staf pemasaran, serta memperkuat citra perusahaan di mata klien dan mitra internasional. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai format e-mail yang profesional, peserta diharapkan mampu menyusun pesan yang tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga dapat memperkuat hubungan bisnis jangka panjang dengan pihak-pihak internasional.

c. Peningkatan Kepercayaan Diri Peserta

Setelah mengikuti workshop, kepercayaan diri peserta dalam menggunakan bahasa Inggris untuk berkomunikasi melalui e-mail mengalami peningkatan yang signifikan. Mereka menjadi lebih siap dan percaya diri dalam menyusun pesan-pesan



tertulis yang jelas dan profesional, yang diperlukan dalam berinteraksi dengan pihak eksternal perusahaan. Proses pembelajaran yang intensif dan praktis selama workshop memungkinkan peserta untuk mengatasi rasa cemas atau keraguan yang sering muncul saat menggunakan bahasa Inggris dalam konteks bisnis internasional. Kepercayaan diri ini sangat penting, mengingat bahwa komunikasi yang efektif dan tanpa hambatan dapat mempengaruhi hubungan bisnis dan reputasi perusahaan di pasar global.

Peserta kini merasa lebih siap untuk berinteraksi dengan mitra bisnis asing, klien internasional, dan pihak eksternal lainnya dalam konteks yang lebih profesional. Mereka lebih percaya diri dalam menanggapi permintaan, memberikan penawaran, atau menjawab pertanyaan yang diajukan melalui e-mail. Selain itu, peningkatan kepercayaan diri ini juga berdampak pada kemampuan mereka untuk mengelola komunikasi yang lebih kompleks, seperti negosiasi atau diskusi mengenai proyek bersama, dengan lebih tenang dan terstruktur.

Kepercayaan diri yang berkembang ini tidak hanya terbatas pada penulisan e-mail, tetapi juga mencakup sikap mental yang lebih positif terhadap penggunaan bahasa Inggris secara keseluruhan. Peserta merasa lebih terbuka untuk berlatih dan meningkatkan keterampilan mereka lebih lanjut, baik dalam komunikasi tertulis maupun lisan. Dengan rasa percaya diri yang lebih besar, mereka dapat berkomunikasi dengan lebih efektif, memperkuat hubungan bisnis yang telah ada, dan membuka peluang baru bagi perusahaan dalam pasar internasional.

#### d. Studi Kasus dan Diskusi Interaktif

Workshop ini juga menekankan pada pembelajaran berbasis studi kasus, di mana peserta diberikan beberapa situasi riil yang sering dihadapi oleh tim pemasaran. Diskusi interaktif yang terjadi selama sesi ini memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman, saling memberi masukan, serta mendapatkan solusi praktis dalam penulisan e-mail bisnis. Menurut Ermasari (2022), metode diskusi interaktif merupakan salah satu cara proses pembelajaran yang terjadinya interaksi antara pendidik atau guru, dengan para peserta didik atau murid secara setara, dan bukan menjadikan murid sebagai objek oleh guru, namun cara pandang melihat suatu masalah, atau bahasan di dalam materilah yang dapat dijadikan objek oleh para guru dan murid, terjadinya interaksi antara guru dan murid dalam memandang realita yang harus diperbaharui adalah salah satu bentuk humanisasi. Jadi, keduanya saling belajar satu sama lain, saling memanusiakan. Dalam proses ini, guru mengajukan bahan untuk dipertimbangkan oleh murid dan pertimbangan sang guru sendiri diuji kembali.

e. Penilaian dan Umpan Balik

Di akhir sesi, peserta diberikan kesempatan untuk mengirimkan contoh e-mail yang mereka tulis selama workshop, yang kemudian dievaluasi oleh fasilitator. Umpan balik yang diberikan berfokus pada perbaikan dari segi tata bahasa, pemilihan kata, serta kesesuaian konten dengan tujuan komunikasi. Melalui proses ini, peserta mendapatkan wawasan yang bermanfaat untuk memperbaiki kualitas penulisan e-mail mereka di masa mendatang. Peserta dapat mengidentifikasi pola-pola kesalahan yang sering dilakukan dan cara-cara untuk menghindarinya, serta belajar untuk lebih percaya diri dalam menulis e-mail yang lebih profesional dan efektif. Selain itu, umpan balik yang diberikan oleh fasilitator memberikan dorongan untuk terus mengasah keterampilan menulis mereka, sehingga komunikasi tertulis yang dilakukan dapat lebih optimal dan berdampak positif pada hubungan bisnis perusahaan.

f. Penerapan Hasil Workshop dalam Kegiatan Sehari-hari

Berdasarkan umpan balik dari peserta, sebagian besar dari mereka merasa siap untuk menerapkan pengetahuan yang didapatkan dari workshop ini ke dalam pekerjaan sehari-hari. Mereka menyatakan bahwa keterampilan yang dipelajari akan sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi dan profesionalisme komunikasi pemasaran internasional. Peserta merasa lebih percaya diri dalam menyusun e-mail yang tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga mencerminkan citra perusahaan yang profesional di mata klien dan mitra internasional. Mereka mengakui bahwa kemampuan untuk berkomunikasi secara jelas dan tepat melalui e-mail akan mempercepat proses komunikasi dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman, yang pada gilirannya akan meningkatkan produktivitas tim pemasaran.

Dengan demikian, peserta merasa bahwa workshop ini memberikan dampak yang langsung dan relevan terhadap pekerjaan mereka, khususnya dalam meningkatkan kualitas komunikasi pemasaran internasional. Mereka berkomitmen untuk terus mengasah keterampilan yang telah dipelajari dan menerapkannya secara konsisten dalam tugas-tugas mereka, guna mendukung tujuan perusahaan dalam memperluas jaringan dan membangun hubungan bisnis yang lebih solid di pasar global. Sebagian besar peserta juga berharap untuk mengikuti pelatihan lanjutan yang dapat memperdalam keterampilan komunikasi mereka, baik dalam aspek tertulis maupun lisan, guna meningkatkan efektivitas komunikasi lebih lanjut.

Hasil utama dari workshop ini mencakup peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk menulis email baik formal maupun informal dalam bahasa



Inggris. Melalui simulasi dan praktik langsung, mereka belajar menyusun email secara efektif, menggunakan tata bahasa yang benar, serta menyesuaikan gaya bahasa sesuai dengan konteks komunikasi bisnis. Peserta juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang format email profesional yang sesuai dengan standar internasional, termasuk penggunaan subjek email yang efektif, penulisan pembuka dan penutup yang tepat, serta kesesuaian bahasa formal dan semi-formal berdasarkan kebutuhan komunikasi dengan klien dan mitra bisnis internasional.

Kepercayaan diri peserta dalam menggunakan bahasa Inggris untuk komunikasi melalui email juga meningkat secara signifikan, karena mereka merasa lebih siap untuk berinteraksi dengan pihak eksternal, termasuk mitra bisnis asing, dalam konteks yang lebih profesional dan percaya diri. Workshop ini menekankan pembelajaran berbasis studi kasus, di mana peserta diberikan beberapa situasi nyata yang sering dihadapi oleh tim pemasaran. Diskusi interaktif selama sesi ini memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman, memberikan umpan balik, serta mencari solusi praktis dalam penulisan email bisnis. Di akhir sesi, peserta diminta untuk mengirimkan contoh email yang mereka tulis selama workshop, yang kemudian dievaluasi oleh fasilitator. Umpan balik yang diberikan berfokus pada perbaikan tata bahasa, pemilihan kata, serta kesesuaian konten, memberikan wawasan yang berharga untuk meningkatkan kualitas penulisan email mereka di masa mendatang.

Umpan balik menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa siap untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari workshop ini ke dalam pekerjaan sehari-hari, dengan banyak yang menyatakan bahwa keterampilan yang dipelajari akan meningkatkan efisiensi dan profesionalisme komunikasi pemasaran internasional. Secara keseluruhan, workshop ini berdampak positif terhadap pengembangan keterampilan komunikasi bahasa Inggris di lingkungan Divisi Pemasaran PT. Bio Industri Omnipresen. Namun, ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelaksanaan workshop. Faktor-faktor pendukung termasuk antusiasme peserta yang tinggi, fasilitator yang berpengalaman, materi yang relevan dengan kebutuhan tim pemasaran, dukungan teknologi yang memadai, dan lingkungan yang kondusif yang mendukung fokus dan kenyamanan.

Di sisi lain, tantangan yang dihadapi termasuk tingkat penguasaan bahasa Inggris yang bervariasi di antara peserta, yang membuat beberapa peserta kesulitan untuk memahami konsep dasar sebelum melanjutkan ke topik yang lebih kompleks. Hal serupa diungkapkan oleh Abrar et al. (2018) yang menemukan bahwa meskipun telah belajar bahasa Inggris selama bertahun-tahun, banyak siswa Indonesia yang masih merasa kesulitan untuk berkomunikasi dengan bahasa target. Durasi workshop yang

terbatas juga membatasi diskusi mendalam, terutama mengenai contoh kasus yang spesifik. Selain itu, karena jumlah peserta yang cukup banyak, fasilitator tidak dapat memberikan perhatian pribadi selama sesi praktik. Masalah teknis muncul akibat lokasi kerja peserta yang berbeda, yang menyoroti perlunya teknologi yang efektif untuk memfasilitasi pembelajaran blended. Selain itu, belum adanya sesi lanjutan setelah workshop membuat beberapa peserta kesulitan untuk mempertahankan dan mengembangkan keterampilan yang telah dipelajari.

Untuk mengevaluasi efektivitas workshop, pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi. Tujuan monitoring adalah untuk memperoleh umpan balik mengenai kebutuhan program yang sedang berjalan untuk mengetahui kebutuhan dan memungkinkan untuk mempersiapkan implementasi program selanjutnya. Sedangkan tujuan evaluasi adalah memperoleh informasi yang tepat untuk dijadikan dasar keputusan perencanaan program, menentukan masukan program, melaksanakan program yang mengarah pada kegiatan, dan menentukan keluaran mengenai hasil dan dampak kegiatan program (Suparno & Asmawati, 2019).

Setelah pelaksanaan workshop ini, peserta mengisi kuesioner secara online melalui Google Forms, yang terdiri dari 15 pertanyaan, termasuk format tertutup dan terbuka. Hasilnya menunjukkan bahwa 100% peserta merasa materi program sangat relevan dengan kebutuhan mereka dan bermanfaat bagi pekerjaan mereka. Mereka melaporkan peningkatan motivasi dalam keterampilan menulis dan berpikir, serta rasa percaya diri yang lebih besar dalam menyelesaikan masalah. Selain itu, peserta mencatat bahwa konten workshop dapat dengan mudah diterapkan dalam konteks pekerjaan mereka, dengan semua peserta mengkategorikan aspek ini sebagai sangat baik. Penyampaian materi dinilai jelas dan menarik, dengan fasilitas yang memadai mendukung proses pembelajaran.

Umpan balik dari pertanyaan terbuka menunjukkan bahwa peserta merasa materi yang disampaikan sangat bermanfaat, terutama karena banyak dari mereka sebelumnya tidak terbiasa dengan penulisan email dan pesan dalam bahasa Inggris. Beberapa peserta menyatakan harapan untuk durasi pelatihan yang lebih lama agar dapat membahas lebih banyak materi secara menyeluruh. Saran juga diajukan agar ada pelatihan berbicara atau percakapan untuk mempersiapkan mereka dalam komunikasi lisan dengan mitra atau pelanggan dari luar negeri. Wawasan ini menunjukkan perlunya evaluasi dan perbaikan berkelanjutan dalam workshop mendatang untuk memastikan bahwa mereka memenuhi kebutuhan peserta yang terus berkembang.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis situasi yang telah disampaikan, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif melalui email berbahasa Inggris sangat penting bagi staf pemasaran PT. Bio Industri Omnipresen, terutama dalam menjalin hubungan dengan pelanggan internasional. Meskipun email memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan dan membangun kesadaran merek, efektivitasnya bergantung pada kualitas konten dan kemampuan staf dalam menyusun pesan yang persuasif dan relevan. Berbagai tantangan yang dihadapi oleh staf pemasaran, seperti kesulitan dalam menulis email yang sesuai dengan standar internasional, menegaskan perlunya peningkatan keterampilan komunikasi tertulis dalam bahasa Inggris.

Pelaksanaan workshop penulisan email berbahasa Inggris menjadi langkah strategis untuk menjawab kebutuhan ini. Workshop ini telah didukung oleh antusiasme peserta, relevansi materi yang diberikan, serta fasilitator yang berpengalaman, sehingga menciptakan suasana belajar yang dinamis dan produktif. Namun, terdapat beberapa faktor penghambat diantaranya variasi kemampuan bahasa Inggris, keterbatasan waktu, lokasi tugas peserta yang berada di kota yang berbeda, dan minimnya interaksi individu selama pelatihan. Secara lebih lanjut, peserta juga mengharapkan adanya pelatihan tambahan, khususnya dalam keterampilan berbicara (speaking) atau percakapan (conversation) untuk mempersiapkan mereka dalam berkomunikasi lisan dengan mitra atau pelanggan internasional. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan workshop secara keseluruhan berhasil, namun perbaikan pada durasi workshop, metode pemberian umpan balik, dan penyelenggaraan program tindak lanjut akan lebih meningkatkan manfaatnya bagi peserta di masa mendatang. Selain itu, untuk mencapai hasil yang optimal, perlu ada evaluasi berkelanjutan terhadap efektivitas pelatihan serta adaptasi materi yang sesuai dengan perkembangan kebutuhan komunikasi global yang terus berubah. Program pelatihan yang lebih terintegrasi dengan pekerjaan sehari-hari dan pemantauan jangka panjang dapat memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh peserta tidak hanya bersifat sementara, tetapi juga dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas komunikasi perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Abrar, M., Jambi, U., Mukminin, A., Jambi, U., Habibi, A., Jambi, U., & Marzulina, L. (2018). " If our English isn't a language, what is it?" Indonesian EFL Student Teachers' Challenges Speaking English. January. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2018.3013>



- Chaffey, D. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Ermawati, E. (2022). Peningkatan Kualitas Pembelajaran Peserta Didik dengan Metode Diskusi Interaktif di Sekolah Menengah Pertama. *Pijar: Jurnal Penelitian Bidang Pendidikan dan Pembelajaran*, 2(1), 1-10. <https://doi.org/10.56393/pijar.v2i1.1553>
- Letmathe, P., & Noll, E. (2024). Analysis of email management strategies and their effects on email management performance. *Omega*, 124, 103002. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2023.103002>
- Halenko, N., Savić, M., & Economidou-Kogetsidis, M. (2021). Second language email pragmatics. Introduction. In M. Economidou-Kogetsidis, M. Savić, & N. Halenko (Eds.), *Email pragmatics and second language learners* (pp. 1-12). Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.328.int>
- Park, S., Jeon, J., & Shim, E. (2021). Exploring request emails in English for business purposes: A move analysis. *English for Specific Purposes*, 63, 137-150. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2021.03.006>
- Millot, P. (2017). Inclusivity and exclusivity in English as a business lingua franca: The expression of a professional voice in email communication. *English for Specific Purposes*, 46, 59-71. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2016.12.001>
- Kumar, A. (2021). An empirical examination of the effects of design elements of email newsletters on consumers' email responses and their purchase. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102349. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102349>
- Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*, 63, 101425. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101425>
- Rodriguez, V., & Sangle-Ferriere, M. (2023). Do supermarkets' emails have any value for their customers? The effect of emails' content and interestingness on customers' attitudes and engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103437. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103437>
- Sudjana, N. (2010). *Dasar-Dasar Proses Belajar*. Sinar Baru.
- Suparno, S., & Asmawati, L. (2019). Monitoring dan Evaluasi Untuk Peningkatan Layanan Akademik dan Kinerja Dosen Program Studi Teknologi Pembelajaran Pascasarjana. *JTPPM (Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran): Edutech and Instructional Research Journal*, 6(1). <http://dx.doi.org/10.62870/jtpm.v6i1.7415>
- Treľová, S., & Olšavský, F. (2017). Employee satisfaction with training opportunities and its relation to internal marketing. *HOLISTICA–Journal of Business and Public Administration*, 8(2), 7-16. DOI:10.1515/hjbpa-2017-0009.

