



Peran Bahasa dalam Pengembangan dan Pelestarian Budaya pada UMKM Batik Belva: Trilingualisme Fungsional di Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan

Cindy Anatasya Arifin¹, Najmi Fakhri Fajri², Kamalatul Asna³, Bima Kurniawan⁴

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan,
Indonesia^{1,2,3,4}

*Email Korespondensi: cindyarifin00@gmail.com

Diterima: 04-07-2026 | Disetujui: 11-07-2026 | Diterbitkan: 13-07-2026

ABSTRACT

This study examines the role of language in supporting business activities, business development, and the preservation of batik culture at UMKM Batik Belva in Burneh District, Bangkalan Regency. It aims to identify the pattern of language use in business activities, analyze the role of language in business development, explain the role of language in preserving batik culture, and describe business owners' hopes for the sustainability of the Madurese language. This study employs a qualitative approach with a descriptive case study design. Data were collected through semi-structured in-depth interviews, participatory observation, and documentation, then analyzed using a thesis-antithesis-synthesis pattern and validated through source triangulation. The findings show that UMKM Batik Belva applies a trilingual pattern: Madurese is used among artisans to reinforce cultural identity, Indonesian is used in general customer service, and English is used to serve international tourists. This pattern is termed functional trilingualism, as each language serves a distinct yet complementary function in supporting business communication and cultural preservation. The study also reveals a gap between the owner's hope for Madurese language sustainability and the younger generation's tendency to favor Indonesian. The implications underscore the need for consistent use of Madurese within the business environment and support for cultural documentation efforts, such as the planned establishment of a small batik museum, to strengthen cultural preservation alongside the competitiveness of culture-based MSMEs.

Keywords: Madurese language, batik MSMEs, cultural preservation, functional trilingualism, business communication

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peran bahasa dalam mendukung kegiatan usaha, pengembangan usaha, dan pelestarian budaya batik pada UMKM Batik Belva di Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pola penggunaan bahasa dalam kegiatan usaha, menganalisis peran bahasa dalam pengembangan usaha, menjelaskan peran bahasa dalam pelestarian budaya batik, serta mendeskripsikan harapan pelaku usaha terhadap keberlangsungan bahasa Madura di masa depan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan pola tesis-antitesis-sintesis serta divalidasi melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Batik Belva menerapkan pola penggunaan bahasa yang bersifat trilingual: bahasa Madura digunakan dalam interaksi antar pengrajin sebagai penguat identitas budaya, bahasa Indonesia digunakan dalam pelayanan konsumen secara umum, dan bahasa Inggris digunakan ketika melayani wisatawan mancanegara. Pola ini disebut trilingualisme fungsional karena masing-masing bahasa memiliki fungsi berbeda namun saling melengkapi dalam mendukung kelancaran komunikasi usaha sekaligus pelestarian budaya. Penelitian ini juga menemukan adanya kesenjangan antara harapan pelestarian bahasa Madura dan kecenderungan generasi muda yang lebih dominan menggunakan bahasa Indonesia. Implikasi penelitian ini menegaskan perlunya pembiasaan penggunaan bahasa Madura secara berkelanjutan di lingkungan usaha serta dukungan dokumentasi budaya, seperti rencana pendirian museum mini batik, untuk memperkuat pelestarian budaya sekaligus daya saing UMKM berbasis budaya lokal.

Kata kunci: Bahasa Madura, UMKM batik, pelestarian budaya, trilingualisme fungsional, komunikasi usaha

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Anatasya Arifin, C. ., Fajri, N. F., Asna, K. ., & Kurniawan, B. . (2026). Peran Bahasa dalam Pengembangan dan Pelestarian Budaya pada UMKM Batik Belva: Trilingualisme Fungsional di Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. *Indonesia Economic Journal*, 2(2), 1891-1901. <https://doi.org/10.63822/5xmdpe15>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif milik perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Republik Indonesia, 2008), dan menjadi salah satu penggerak utama perekonomian daerah, termasuk di Pulau Madura. UMKM batik di Madura tersebar di beberapa wilayah, termasuk di Kabupaten Bangkalan. Salah satu UMKM yang berkembang adalah UMKM Batik Belva yang terletak di Kecamatan Burneh. Usaha ini mulai beralih dari penjualan pakaian menjadi usaha batik sejak Jembatan Suramadu beroperasi pada Juni 2009, karena pembangunan jembatan tersebut meningkatkan konektivitas Surabaya–Madura serta mendorong arus pengunjung dan aktivitas ekonomi, perdagangan, dan pariwisata di Kabupaten Bangkalan (Effendi & Hendarto, 2014; Habiby, 2020). Penelitian lain juga menegaskan bahwa pembangunan jembatan tersebut memberikan dampak sosial-ekonomi yang signifikan bagi masyarakat Bangkalan, meskipun manfaatnya belum sepenuhnya merata (Mustaqimah & Rohman, 2025). Kondisi ini menjadi konteks penting yang melatarbelakangi transformasi UMKM Batik Belva dari usaha pakaian biasa menjadi usaha batik yang sarat muatan budaya lokal.

Dalam kegiatan usahanya, UMKM batik tidak terlepas dari peran bahasa sebagai alat komunikasi utama. Bahasa pada dasarnya merupakan deretan bunyi bersistem yang berfungsi sebagai alat komunikasi, citra pikiran, sekaligus penanda kepribadian dan identitas penuturnya (Noermanzah, 2019). Dalam ranah dunia usaha, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mendukung proses produksi, pelayanan kepada konsumen, hingga promosi produk (Farah Dzakhirah, Rahma Ashari Hamzah, & Alini Shyalina, 2025; Rifa'i, 2021). Berbagai kajian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang tepat membantu pelaku usaha menyampaikan informasi secara jelas, membangun kedekatan emosional dengan konsumen, serta memperluas jangkauan pasar (Christiana, Bahagia, Putri, & Sitorus, 2020; Nisak et al., 2024; Nurhayati & Anggraeni, 2021). Komunikasi bisnis yang efektif, termasuk pemilihan bahasa yang sesuai dengan konteks dan lawan tutur, juga terbukti berperan penting dalam membantu perkembangan UMKM (Christiana, Bahagia, Putri, & Sitorus, 2020; Faadhilah et al., 2024; Fawwaz, 2024).

Secara teoretis, bahasa tidak dapat dilepaskan dari budaya dan masyarakat penuturnya, karena bahasa sekaligus menjadi cermin dan pembentuk relasi sosial dalam suatu komunitas (Yunidar, 2025). Bahasa, dalam hal ini, turut membentuk interaksi sosial dan identitas budaya suatu kelompok masyarakat (Farhaeni & Martini, 2024). Sebagian besar kajian terdahulu menempatkan bahasa Indonesia sebagai pusat perhatian dalam menjaga identitas nasional di tengah arus globalisasi, sekaligus sebagai bahasa pemersatu yang menjembatani keragaman suku, budaya, dan bahasa daerah (Lumban Gaol, Silaban, & Lumban Batu, 2025; Antari, 2019; Bulan, 2019; Alyazka, Rahmawan, Gustaman, & Jati, 2025). Pada level UMKM, penggunaan bahasa Indonesia yang komunikatif dilaporkan berkontribusi pada penguatan branding usaha, promosi produk, dan peningkatan kepercayaan konsumen (Hanafiah, 2019; Lubis & Salsabila, 2024; Azahra et al., 2024). Selain bahasa Indonesia, kemampuan berbahasa asing, khususnya bahasa Inggris, juga dilaporkan meningkatkan rasa percaya diri pelaku usaha kecil dalam menjangkau pasar internasional, sekalipun pelatihan bahasa yang sistematis bagi pelaku usaha pemula masih terbatas (Anggraini, Mutia, Hadiyana, & Subali, 2021).

Di sisi lain, sejumlah kajian memperingatkan adanya ancaman pergeseran bahasa daerah akibat dominasi bahasa Indonesia dan bahasa asing, terutama di kalangan generasi muda perkotaan (Sari, Insani,

& Maulana, 2025; Widiyanto, 2018). Bahasa daerah, termasuk bahasa Madura, merupakan bagian dari warisan budaya tak benda yang erat kaitannya dengan identitas lokal, namun transmisinya dari generasi tua ke generasi muda cenderung melemah seiring meluasnya penggunaan bahasa Indonesia dalam ranah keluarga dan pendidikan (Universitas Islam Negeri Madura, 2025; Suryadi, 2017). Kajian sosiolinguistik mengenai bahasa Madura, misalnya pada dialek Bangkalan, menunjukkan bahwa bahasa ini memiliki sistem kebahasaan dan kekayaan tersendiri yang menjadi penanda identitas kewilayahan masyarakat Madura (Dewi, Widayati, & Sucipto, 2017; Effendy, 2014; Shoimah & Lailatus, 2017; Yaqin, 2019). Bahasa Madura bahkan memiliki tingkat tutur tersendiri, misalnya ragam halus (engghi-phunten), yang sejak dini diajarkan kepada anak sebagai bagian dari penanaman nilai moral dan kesantunan dalam keluarga (Syafitri & Musayyadah, 2024). Studi mengenai pilihan kode pelaku industri pariwisata di Kabupaten Bangkalan turut menemukan pola penggunaan bahasa yang bervariasi sesuai lawan tutur, mulai dari bahasa Indonesia, campuran bahasa Indonesia–Inggris, hingga campuran dengan bahasa Madura (Susylowati, 2024); pola semacam ini relevan dengan fenomena yang ditemukan pada UMKM Batik Belva dalam penelitian ini.

Batik sendiri merupakan warisan budaya Indonesia yang telah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Tak Benda dan menjadi simbol identitas nasional sekaligus identitas lokal kewilayahan (Hakim, 2018; Azizah et al., 2025). Sebagai kerajinan yang sarat nilai filosofis, batik juga berfungsi sebagai media komunikasi nonverbal yang merepresentasikan kekayaan budaya suatu daerah (Larasati, 2021). Upaya pelestarian batik kerap diiringi dengan upaya dokumentasi budaya melalui media seperti museum, yang terbukti berperan sebagai pusat edukasi, riset, dan daya tarik wisata budaya bagi masyarakat (Mohamad, Hasan, & Wantu, 2024; Setiawan, 2020; Pramana & Priastuty, 2023; Triwardani & Rochayanti, 2014).

Apabila penggunaan bahasa dalam komunikasi usaha tidak berjalan dengan baik, hal tersebut dapat menimbulkan berbagai dampak negatif bagi keberlangsungan usaha. Kesalahan dalam penyampaian informasi dapat menyebabkan miskomunikasi antara pengrajin, karyawan, dan konsumen, sehingga berpotensi menurunkan kualitas pelayanan. Ketidakmampuan menggunakan bahasa yang tepat, khususnya dalam melayani konsumen dari luar daerah maupun mancanegara, juga dapat menghambat penyampaian informasi mengenai produk, proses produksi, maupun nilai budaya batik itu sendiri, sekaligus membatasi jangkauan pasar UMKM secara nasional maupun internasional. Meskipun kajian mengenai peran bahasa dalam dunia usaha dan kajian mengenai pelestarian bahasa daerah masing-masing telah banyak dilakukan, penelitian yang secara khusus mengaitkan ketiganya sekaligus, yaitu penggunaan bahasa dalam kegiatan usaha, pengembangan UMKM, dan pelestarian budaya batik dalam satu unit usaha, masih terbatas. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menelaah UMKM Batik Belva sebagai kasus yang merepresentasikan persinggungan antara aktivitas ekonomi dan praktik kebahasaan multilingual di wilayah Madura.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui pola penggunaan bahasa dalam kegiatan usaha pada UMKM Batik Belva, termasuk perbedaan penggunaan bahasa dalam melayani konsumen lokal dan konsumen dari luar Madura; (2) menganalisis peran bahasa dalam pengembangan usaha pada UMKM Batik Belva; (3) menjelaskan peran bahasa dalam pelestarian budaya batik pada UMKM Batik Belva; dan (4) mendeskripsikan harapan pelaku usaha terhadap keberlangsungan bahasa Madura melalui UMKM ini di masa depan. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiolinguistik terapan, khususnya pada irisan antara bahasa, kewirausahaan, dan

pelestarian budaya lokal. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi pelaku UMKM sebagai bahan evaluasi strategi komunikasi yang efektif tanpa mengabaikan bahasa daerah, bagi masyarakat sebagai penguat kesadaran akan pentingnya pelestarian bahasa dan budaya lokal di tengah aktivitas ekonomi sehari-hari, serta bagi peneliti selanjutnya sebagai rujukan dalam mengembangkan kajian sejenis pada UMKM budaya lainnya.

METODE PELAKSAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena bersifat deskriptif dan eksploratif, sehingga memungkinkan peneliti memahami secara mendalam fenomena penggunaan dan representasi bahasa Madura, bahasa Indonesia, dan bahasa Inggris dalam kegiatan usaha, pengembangan UMKM Batik Belva, serta pelestarian budaya batik di Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan (Sugiyono, 2017). Desain studi kasus digunakan karena memungkinkan peneliti menganalisis satu kasus secara intensif dan mendalam dalam konteks alamiahnya. Penelitian ini tidak bertujuan menggeneralisasi temuan secara statistik, melainkan mengungkap makna, peran, dan konteks sosial bahasa dalam interaksi pengrajin, karyawan, dan konsumen.

Penelitian dilaksanakan secara bertahap dari bulan Maret hingga Juni 2026 di UMKM Batik Belva, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan, meliputi penyusunan proposal dan kajian pustaka (Maret 2026), pengumpulan data melalui wawancara dan observasi lapangan (13–27 April 2026), analisis dan interpretasi data melalui triangulasi sumber (akhir April–Mei 2026), penyusunan dan penyuntingan laporan (Mei–awal Juni 2026), serta finalisasi dan pelaporan akhir (Juni 2026).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu wawancara mendalam semi-terstruktur sebagai teknik utama, didukung oleh observasi partisipatif dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan informan kunci, yaitu pemilik UMKM Batik Belva, menggunakan panduan wawancara berupa pertanyaan terbuka yang relevan dengan rumusan masalah, seperti bahasa apa yang paling dominan digunakan dalam kegiatan usaha sehari-hari dan apa harapan terhadap keberlangsungan bahasa Madura melalui usaha UMKM ini di masa depan. Wawancara dilaksanakan pada 13 April 2026 di lokasi UMKM agar diperoleh konteks yang alami. Observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati interaksi komunikasi secara langsung selama proses produksi, penjualan, dan promosi, disertai catatan lapangan untuk menangkap nuansa bahasa nonverbal dan konteks budaya. Dokumentasi dilakukan dengan menganalisis dokumen seperti label produk dan unggahan media sosial UMKM yang menampilkan penggunaan bahasa dalam branding batik.

Data dianalisis dengan pola tesis, antitesis, dan sintesis, yaitu memaparkan temuan fakta lapangan (tesis), mengonfrontasikannya dengan teori atau perspektif dari penelitian terdahulu (antitesis), kemudian merumuskan pemahaman baru hasil pertautan keduanya (sintesis). Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang disertai transkripsi verbatim dan pengecekan ulang kepada informan (member checking) untuk mengonfirmasi interpretasi data (Sugiyono, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan temuan penelitian mengenai penggunaan bahasa pada UMKM Batik Belva yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha serta observasi langsung di lokasi UMKM. Analisis disusun dengan pola tesis, antitesis, dan sintesis sebagaimana dijelaskan pada bagian metode. Secara umum, hasil observasi dan wawancara menunjukkan adanya pola penggunaan tiga bahasa yang saling melengkapi pada UMKM Batik Belva, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Pola Penggunaan Bahasa di UMKM Batik Belva

Bahasa	Konteks Penggunaan	Fungsi Utama
Bahasa Madura	Interaksi antar pengrajin dan karyawan selama proses produksi batik	Identitas budaya dan solidaritas internal
Bahasa Indonesia	Pelayanan kepada konsumen secara umum dan promosi produk	Komunikasi ekonomi dan jangkauan pasar nasional
Bahasa Inggris	Pelayanan wisatawan mancanegara dan kerja sama dengan pihak internasional	Akses pasar internasional dan edukasi lintas budaya

Penggunaan Bahasa dalam Kegiatan Usaha pada UMKM Batik Belva

Tesis. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa UMKM Batik Belva menggunakan tiga bahasa secara berdampingan, masing-masing pada konteks yang berbeda. Bahasa Madura digunakan dalam interaksi antar pengrajin, misalnya saat karyawan toko membantu “nyolet” atau mewarnai batik ketika toko sedang sepi pengunjung. Bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa utama dalam melayani konsumen, sementara bahasa Inggris digunakan ketika UMKM menerima tamu mancanegara, seperti mahasiswa Australia yang bekerja sama dengan Universitas Airlangga untuk belajar proses membatik. Bahkan dalam interaksi sosial sederhana, seperti mengucapkan terima kasih kepada tamu, pemilik usaha tetap menggunakan ungkapan bahasa Madura “Mator sakalangkong” yang dijawab dengan “Pade-pade”.

Antitesis. Kajian terdahulu menyatakan bahwa penggunaan bahasa yang baik dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dalam berbagai bidang, termasuk kegiatan ekonomi (Farah Dzakhirah, Rahma Ashari Hamzah, & Alini Shyalina, 2025), dan bahasa Indonesia khususnya diposisikan sebagai bahasa pemersatu dalam menjaga identitas di tengah arus globalisasi (Lumban Gaol, Silaban, & Lumban Batu, 2025). Kedua pandangan tersebut cenderung menempatkan bahasa nasional sebagai pusat perhatian. Temuan mengenai pilihan kode pelaku industri pariwisata di Kabupaten Bangkalan turut menunjukkan dominannya bahasa Indonesia, dengan variasi campuran bahasa asing maupun bahasa Madura bergantung pada lawan tutur (Susylowati, 2024). Namun, temuan lapangan pada UMKM Batik Belva menunjukkan realitas yang lebih kompleks: pemilihan bahasa tidak tunggal, melainkan berpindah-pindah secara situasional sesuai dengan lawan bicara, bahkan bahasa Madura tetap dipertahankan untuk konsumen tertentu yang berasal dari Madura meskipun telah lama tinggal di luar daerah.

Sintesis. Dengan demikian, penggunaan bahasa di UMKM Batik Belva dapat dipahami sebagai strategi komunikasi adaptif yang disesuaikan dengan lawan tutur, bukan sekadar penerapan satu bahasa nasional secara kaku. Pola ini dapat disebut sebagai trilingualisme fungsional, yaitu penggunaan bahasa

Madura, Indonesia, dan Inggris yang masing-masing memiliki fungsi berbeda namun saling melengkapi dalam mendukung kelancaran komunikasi usaha.

Peran Bahasa dalam Pengembangan Usaha pada UMKM Batik Belva

Tesis. Secara historis, peralihan usaha dari penjualan pakaian menjadi usaha batik terjadi setelah Jembatan Suramadu mulai beroperasi pada tahun 2009. Banyak pengunjung dari luar Madura yang penasaran dengan Suramadu kemudian mencari batik sebagai oleh-oleh khas Bangkalan, sehingga mendorong pemilik untuk fokus pada usaha batik. Penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris kemudian menjadi kunci dalam melayani konsumen yang lebih luas, termasuk kerja sama dengan mahasiswa mancanegara yang turut memperkenalkan UMKM Batik Belva ke jejaring yang lebih besar.

Antitesis. Temuan ini sejalan dengan kajian yang menunjukkan bahwa pembangunan Jembatan Suramadu memberikan dampak ekonomi yang strategis bagi Kabupaten Bangkalan, termasuk peningkatan aktivitas perdagangan dan pariwisata (Effendi & Hendarto, 2014; Habiby, 2020), meskipun manfaatnya belum sepenuhnya merata bagi seluruh lapisan masyarakat (Mustaqimah & Rohman, 2025). Temuan ini juga sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa penggunaan bahasa yang tepat dapat membantu pelaku usaha menyampaikan informasi dengan jelas dan memperluas jangkauan pasar (Faadhilah et al., 2024; Lubis & Salsabila, 2024). Akan tetapi, observasi di lapangan juga menunjukkan adanya keterbatasan, yaitu kemampuan berbahasa Inggris yang dimiliki pelaku usaha bersifat situasional dan belum didukung oleh pelatihan bahasa yang sistematis, sebagaimana juga ditemukan pada pelaku usaha pemula lain yang membutuhkan pendampingan bahasa asing secara terstruktur (Anggraini, Mutia, Hadiyana, & Subali, 2021). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pengembangan usaha melalui bahasa dan kapasitas kebahasaan yang tersedia saat ini.

Sintesis. Penggunaan bahasa yang adaptif terhadap segmen konsumen terbukti berperan sebagai strategi informal dalam memperluas pasar UMKM Batik Belva, sejalan dengan momentum pertumbuhan ekonomi Bangkalan pascapembangunan Jembatan Suramadu. Namun demikian, agar peran tersebut lebih optimal, diperlukan upaya yang lebih terstruktur, misalnya pelatihan bahasa asing dasar bagi karyawan, sehingga kapasitas kebahasaan dapat sejalan dengan potensi pengembangan usaha yang lebih luas.

Peran Bahasa dalam Pelestarian Budaya Batik pada UMKM Batik Belva

Tesis. Bahasa Madura tetap dipertahankan secara sadar dalam interaksi antar pengrajin sebagai bentuk kebanggaan terhadap bahasa daerah. Pemilik UMKM secara tegas menyatakan bahwa bahasa Madura “jangan sampai ditinggalkan” karena hubungannya sangat erat dengan batik sebagai budaya khas Madura. Selain itu, usaha ini juga diarahkan untuk mengubah pandangan generasi muda yang sering menganggap batik sebagai pakaian “orang tua” atau kuno, menjadi sesuatu yang patut dibanggakan, sejalan dengan kedudukan batik sebagai identitas budaya yang diakui secara internasional (Hakim, 2018; Azizah et al., 2025).

Antitesis. Teori mengenai peran bahasa dalam menjaga identitas (Lumban Gaol, Silaban, & Lumban Batu, 2025) lebih menyoroti posisi bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dalam menjaga identitas bangsa di tengah globalisasi. Akan tetapi, temuan pada UMKM Batik Belva menunjukkan bahwa yang berfungsi sebagai penjaga identitas budaya lokal justru bahasa daerah, yaitu bahasa Madura, sebagaimana juga ditegaskan dalam kajian kebahasaan di wilayah Madura yang menempatkan bahasa

Madura sebagai warisan budaya tak benda dan penanda kearifan lokal (Dewi, Widayati, & Sucipto, 2017; Effendy, 2014; Universitas Islam Negeri Madura, 2025), sementara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris lebih banyak berfungsi pada aspek ekonomi dan transaksional. Hal ini memperlihatkan bahwa fungsi pelestarian identitas dan fungsi ekonomi dalam praktiknya diimbangi oleh bahasa yang berbeda.

Sintesis. Pelestarian budaya pada UMKM Batik Belva berlangsung secara berjenjang: bahasa Madura menjaga identitas dan kedekatan emosional dengan batik sebagai warisan budaya (Larasati, 2021), bahasa Indonesia menjaga keterhubungan dengan pasar nasional, dan bahasa Inggris membuka akses ke jejaring internasional. Ketiganya berjalan beriringan tanpa saling menggantikan, sehingga pelestarian budaya dan keberlangsungan usaha dapat tercapai secara bersamaan.

Harapan Keberlangsungan Bahasa Madura melalui UMKM Batik Belva

Tesis. Pemilik UMKM menyampaikan harapan yang kuat agar generasi muda tetap mempertahankan batik dan bahasa Madura secara bersamaan, karena keduanya dinilai memiliki keterkaitan yang sangat erat. Sebagai langkah konkret, pemilik berencana mendirikan museum mini untuk memperkenalkan batik dan bahasa Madura agar dapat bertahan sepanjang masa, sejalan dengan temuan bahwa museum berperan strategis sebagai pusat edukasi, dokumentasi, dan daya tarik wisata budaya bagi masyarakat (Mohamad, Hasan, & Wantu, 2024; Setiawan, 2020; Pramana & Priastuty, 2023; Triwardani & Rochayanti, 2014).

Antitesis. Namun, temuan wawancara juga mengungkap kenyataan yang berbeda dari harapan tersebut: generasi muda dalam keluarga pemilik, yang sejak kecil telah dibiasakan menggunakan bahasa Indonesia, hanya menggunakan bahasa Madura sesekali. Kesenjangan antara harapan pelestarian bahasa dan kebiasaan berbahasa generasi muda ini sejalan dengan kekhawatiran yang diangkat dalam berbagai kajian mengenai ancaman pergeseran bahasa daerah akibat tekanan globalisasi dan dominasi bahasa Indonesia dalam ranah keluarga (Sari, Insani, & Maulana, 2025; Suryadi, 2017; Widiyanto, 2018), yang dalam konteks UMKM Batik Belva terjadi pada skala keluarga dan usaha, bukan hanya pada skala nasional. Fenomena ini juga sejalan dengan catatan bahwa kalangan muda dan kelas menengah Madura saat ini cenderung memandang bahasa Indonesia sebagai pilihan yang lebih praktis dan bergengsi dibandingkan bahasa Madura dalam kehidupan sehari-hari (Wahyuningrum, 2024).

Sintesis. Agar harapan pelestarian bahasa Madura tidak berhenti sebagai wacana, diperlukan langkah nyata berupa pembiasaan penggunaan bahasa Madura secara konsisten dalam kegiatan usaha sehari-hari, serta realisasi rencana museum mini sebagai sarana dokumentasi dan edukasi budaya. Dengan demikian, UMKM Batik Belva dapat berfungsi ganda, yaitu sebagai unit ekonomi sekaligus sebagai ruang pelestarian bahasa dan budaya bagi generasi berikutnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa UMKM Batik Belva menerapkan pola trilingualisme fungsional, yaitu penggunaan bahasa Madura, bahasa Indonesia, dan bahasa Inggris yang masing-masing memiliki fungsi berbeda namun saling melengkapi: bahasa Madura berperan sebagai penjaga identitas budaya dan solidaritas internal antar pengrajin, bahasa Indonesia berperan sebagai sarana komunikasi ekonomi yang memperluas jangkauan pasar nasional, dan bahasa Inggris berperan dalam

membuka akses ke pasar serta jejaring internasional; bahasa juga terbukti berperan penting dalam pengembangan usaha, khususnya sejak peralihan dari usaha pakaian menjadi usaha batik pascaberoperasinya Jembatan Suramadu, serta dalam pelestarian budaya batik melalui pemeliharaan bahasa Madura di lingkungan kerja, meskipun ditemukan pula adanya kesenjangan antara harapan pemilik usaha terhadap keberlangsungan bahasa Madura dan kecenderungan generasi muda yang lebih dominan menggunakan bahasa Indonesia, sehingga pelestarian bahasa daerah pada UMKM ini masih memerlukan upaya yang lebih konsisten. Berdasarkan simpulan tersebut, bagi pelaku UMKM disarankan untuk membiasakan penggunaan bahasa Madura secara konsisten dalam kegiatan usaha sehari-hari dan mempertimbangkan pelatihan bahasa asing dasar bagi karyawan agar pelayanan kepada konsumen mancanegara semakin optimal; bagi masyarakat dan pemerintah daerah disarankan untuk mendukung program literasi budaya dan bahasa daerah, termasuk mendukung rencana pendirian museum mini batik sebagai sarana edukasi dan dokumentasi budaya bagi generasi muda; dan bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas jumlah informan dan UMKM batik yang diteliti, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran bahasa dalam pengembangan usaha dan pelestarian budaya batik di Madura.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Bima Kurniawan, S.Pd., M.Hum. selaku dosen pengampu mata kuliah Bahasa Indonesia yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penelitian dan penulisan artikel ini, kepada Ibu Hj. Husnun Nikmah selaku pemilik UMKM Batik Belva yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan akses observasi di lokasi usaha, serta kepada Universitas Trunojoyo Madura dan seluruh pihak yang telah membantu pelaksanaan penelitian ini namun tidak dapat disebutkan satu per satu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyazka, A., Rahmawan, A. I. F., Gustaman, R. I., & Jati, T. K. (2025). Peran Bahasa Indonesia dan keberagaman budaya dalam mempertahankan identitas nasional di era globalisasi. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 4(2), 38–48.
- Anggraini, Y., Mutia, R. D., Hadiyana, R. W., & Subali, D. (2021). Pendampingan kewirausahaan berbasis digital dan penggunaan bahasa Inggris untuk pelaku usaha pemula. *Bemas: Jurnal Bermasyarakat*, 2(1), 35–42. <https://doi.org/10.37373/bemas.v2i1.127>
- Antari, L. P. (2019). Bahasa Indonesia sebagai identitas nasional Indonesia. *Stilistika*, 8(1), 92–108.
- Azahra, I. P., Wardhani, V. J., Devinta, L. C., Khaliq, N., Rohma, V. B., & Bahanan, A. A. (2024). Analisis penggunaan bahasa Indonesia dalam promosi online bagi pelaku usaha kecil dan kelas menengah. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(3). <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i3.2670>
- Azizah, E. N., Erlando, E., Nadiroh, E. L., Anindya, F. D., Samudro, H. B., & Turhadi, H. Q. (2025). Batik sebagai representasi identitas nasional dalam perspektif Gen Z. *JPK: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 2(1), 1–10.
- Bulan, D. R. (2019). Bahasa Indonesia sebagai identitas nasional bangsa Indonesia. *JISIPOL: Jurnal Ilmu*

- Sosial dan Ilmu Politik, 3(2), 23–29.
- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2020). Peran komunikasi bisnis dalam membantu perkembangan UMKM. *Jurnal SOMASI: Sosial Humaniora Komunikasi*, 1(1), 1–9.
- Dewi, F., Widayati, W., & Sucipto, S. (2017). Kajian dialektologi bahasa Madura dialek Bangkalan. *Fonema*, 4(2), 60–77.
- Effendi, M., & Hendarto, R. M. (2014). Dampak pembangunan Jembatan Suramadu terhadap perekonomian Pulau Madura (Studi kasus Kabupaten Bangkalan). *Diponegoro Journal of Economics*, 3(1), 185–197. <https://doi.org/10.14710/djoe.5332>
- Effendy, M. H. (2014). Analisis kearifan lokal dalam konteks tindak tutur bahasa Madura. *OKARA: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 8(2), 19–44.
- 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), 1–10. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v3i1.1354>
- Farah Dzakhirah, Rahma Ashari Hamzah, & Alini Shyalina. (2025). Fungsi dan ragam bahasa Indonesia. *Sintaksis: Publikasi Para Ahli Bahasa dan Sastra Inggris*, 3(3), 92–107. <https://doi.org/10.61132/sintaksis.v3i3.1712>
- Farhaeni, M., & Martini, S. (2024). Bahasa dalam membentuk interaksi sosial dan identitas budaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(1), 54–60. <https://doi.org/10.30742/juispol.v4i1.3786>
- Fawwaz, F. (2024). Strategi komunikasi pemasaran UMKM dalam membangun positioning melalui Instagram. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 2(1), 119–127.
- Habiby, F. I. (2020). Dampak pembangunan Jembatan Suramadu terhadap pengembangan wilayah Kabupaten Bangkalan ditinjau dari teori Harrod–Domar dengan teori lokasi Weber. *Jurnal Geografi: Geografi dan Pengajarannya*, 18(1), 1–10.
- Hakim, L. M. (2018). Batik sebagai warisan budaya bangsa dan nation brand Indonesia. *Nation State: Journal of International Studies*, 1(1), 1–15.
- Hanafiah, R. (2019). Penguatan promosi produk UMKM melalui penggunaan bahasa yang komunikatif: Studi kasus UMKM Olly Cookies dan Rendang Yugo. *Abdimas Talenta: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 258–263. <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v3i2.4127>
- Larasati, M. (2021). Pelestarian budaya batik Nusantara sebagai identitas kultural melalui pameran di Museum Batik Pekalongan pada masa Covid-19. *Tornare: Journal of Sustainable Tourism Research*, 3(1), 1–10.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia. *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Lumban Gaol, A. L. D., Silaban, J. A., & Lumban Batu, R. (2025). Peran bahasa Indonesia dalam menjaga identitas nasional di tengah perkembangan globalisasi. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 11(1), 139–151. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v11i01.5695>
- Mohamad, S., Hasan, R., & Wantu, A. (2024). Optimalisasi peran museum sebagai sumber pelestarian budaya dalam pembelajaran sejarah lokal di sekolah. *Sosiologi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 197–202.

- Mustaqimah, R., & Rohman, A. (2025). The socio-economic impact of the construction of the Suramadu Bridge on the people of Bangkalan, Madura (Case study: Tangel Highway). *Demagogi*, 3(5), 1–10.
- Nisak, M. K., Putri, R. A., Wijaya, R. P. A., Pratiwi, I. L., Ditya, T. P., & Anggraeni, N. D. (2024). Bahasa Indonesia dalam komunikasi bisnis: Studi kasus UMKM di Gunung Anyar, Surabaya. *TSAQOFAH*, 5(1), 347–363. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v5i1.4452>
- Noermanzah. (2019). Bahasa sebagai alat komunikasi, citra pikiran, dan kepribadian. *Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa (Semiba)*, 306–319.
- Nurhayati, S., & Anggraeni, D. (2021). Bahasa sebagai media komunikasi bisnis pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 155–166.
- Pramana, P., & Priastuty, C. W. (2023). Media sebagai wadah pelestarian budaya Jawa. *Samvada: Jurnal Riset Komunikasi, Media, dan Public Relation*, 2(2), 116–123. <https://doi.org/10.53977/jsv.v2i2.1310>
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 93.
- Rifa'i, A. M. (2021). Peran dan fungsi bahasa dalam pemasaran produk di era globalisasi. *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 15(2), 197–207. <https://doi.org/10.56997/almabsut.v15i2.576>
- Sari, I. P. R., Insani, N. N., & Maulana, R. R. (2025). Ancaman pergeseran bahasa daerah dan dampaknya terhadap keberlanjutan warisan budaya di era global. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(5), 91–96.
- Shoimah, & Lailatus. (2017). Pemertahanan bahasa Madura. *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran)*, 2(1), 1–10.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, M. (2017). Peran keluarga muda Jawa terhadap penggunaan bahasa Jawa. *NUSA: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 12(2), 1–12.
- Susylowati. (2024). Pilihan kode pelaku industri pariwisata dalam interaksi sosial dengan wisatawan di Kabupaten Bangkalan, Madura. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 20(1), 45–60.
- Syafitri, R., & Musayyadah, M. (2024). The use of soft Madurese language (Enggahi-Phunten) on children's moral values development. *JOYCED: Journal of Early Childhood Education*, 4(1), 55–61.
- Triwardani, R., & Rochayanti, C. (2014). Implementasi kebijakan desa budaya dalam upaya pelestarian budaya lokal. *Jurnal Reformasi*, 4(2), 102–110.
- Universitas Islam Negeri Madura. (2025). Kondisi bahasa Madura sebagai warisan budaya tak benda. <https://uinmadura.ac.id/berita/2025/09/kondisi-bahasa-madura-sebagai-warisan-budaya-tak-benda>
- Wahyuningrum, S. R. (Ed.). (2024). Bahasa Madura dalam pandangan kelas menengah. Pamekasan: UIN Madura Press.
- Widianto, E. (2018). Pemertahanan bahasa daerah melalui pembelajaran dan kegiatan di sekolah. *Kredo: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 1(2), 1–13.
- Yaqin, M. A. (2019). Bahasa sebagai cermin sosial masyarakat. *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Keagamaan*, 16(1), 17–27.
- Yunidar, M. (2025). Bahasa, budaya, dan masyarakat: Perspektif sosiolinguistik kontemporer. Kaizen Media Publishing.