UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**The Use of English in an Export Company: A Case Study of APIKRI (Asosiasi Pengembangan Industri
Kerajinan Rakyat Indonesia)**
ALFINA ARMEISANTI NOORROHMAH, Nabilla Kusuma Vardhani, S.I.P., M.A.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# ABSTRACT

English is crucial in international business as a communication tool for export firms that deal with overseas buyers and markets. APIKRI (Asosiasi Pengembangan Industri Kerajinan Rakyat Indonesia) is a fair-trade organization that promotes and facilitates the export of Indonesian handicrafts to overseas markets. This is a qualitative case study focused on APIKRI's marketing team. In APIKRI, the marketing team communicates closely with buyers or markets regarding almost every transaction under the organization's name. The marketing team is selected as the data source to examine how English is used in export business and to identify the challenges team members face in using English for professional communication. The data were gathered by interviewing 2 members of the marketing team and analyzing textual sources, including 5 emails from staff, promotional materials, and the organization's website. The data were analyzed using 5 theoretical frameworks (Business English as Lingua Franca, English for Specific Purposes, Marketing Communication, Media Richness Theory, and Register Theory) to examine the types, functions, and context of English they use during communication with international buyers or markets. The results demonstrate that English is used for relational goals, such as establishing trust, preserving long-term connections, and communicating the organization's fair-trade beliefs, as well as transactional ones, such as confirming orders, promoting products, and answering buyers' inquiries.

***Keywords: English for Specific Purposes (ESP), English Use, Export Company, Marketing Communication, Public Relations.***

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**The Use of English in an Export Company: A Case Study of APIKRI (Asosiasi Pengembangan Industri
Kerajinan Rakyat Indonesia)**
ALFINA ARMEISANTI NOORROHMAH, Nabilla Kusuma Vardhani, S.I.P., M.A.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# INTISARI

Bahasa Inggris memiliki peran penting dalam bisnis internasional sebagai alat komunikasi bagi perusahaan ekspor yang berurusan dengan pembeli dan pasar mancanegara. APIKRI (Asosiasi Pengembangan Industri Kerajinan Rakyat Indonesia) adalah perusahaan berprinsip Perdagangan Adil yang membantu memasarkan dan memfasilitasi kegiatan ekspor kerajinan Indonesia ke pasar mancanegara. Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan studi kasus kualitatif yang terfokus pada tim pemasaran APIKRI. Di APIKRI, tim pemasaran adalah tim yang berkomunikasi secara dekat dengan pembeli atau pasar mancanegara sebagai perwakilan perusahaan. Tim pemasaran dipilih sebagai sumber data untuk menkaji penggunaan Bahasa Inggris di bisnis ekspor dan mengidentifikasi media yang dipakai tim untuk melakukan komunikasi tersebut. Data dikumpulkan dengan cara wawancara semi-struktural 2 anggota tim pemasaran dan menganalisa sumber tulisan seperti 5 surel korespondensi anggota dengan pembeli mancanegara, bahan promosi, dan website perusahaan. Data kemudian dianalisa menggunakan lima kerangka berpikir (Business English as Lingua Franca, English for Specific Purposes, Marketing Communication, Media Richness Theory, Register Theory), untuk mengetahui tipe, fungsi, dan kontekstual dari penggunaan Bahasa Inggris dalam komunikasi dengan pasar mancanegara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bahasa Inggris dilakukan untuk tujuan relasional seperti membangun kepercayaan, menjaga hubungan dengan koneksi yang sudah ada, dan mengkomunikasikan prinsip Perdagangan Adil, sekaligus hal-hal transaksional, seperti konfirmasi pesanan, promosi produk, dan menjawab pertanyaan pembeli.

***Kata kunci: Bahasa Inggris untuk Tujuan Khusus (ESP), Hubungan Masyarakat, Komunikasi Pemasaran, Penggunaan Bahasa Inggris, Perusahaan Ekspor.***