

PELATIHAN BAHASA INGGRIS UNTUK MENINGKATKAN KEWIRUSAHAAN MASYARAKAT DI KAMPUNG PASIRDANGDOR

Ubaidillah¹

¹ *Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang*

ubaidillah.babay5@gmail.com

ABSTRAK

Penguasaan bahasa Inggris merupakan keterampilan penting dalam menghadapi era globalisasi dan digitalisasi, khususnya dalam konteks kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif. Namun, masyarakat Kampung Pasirdangdor, Desa Waringin Kurung, Kabupaten Serang, Banten, masih menghadapi berbagai kendala dalam memanfaatkan bahasa Inggris untuk mendukung pemasaran produk dan pengembangan usaha. Keterbatasan penguasaan kosakata bisnis, keterampilan berbicara, serta penulisan konten promosi berbahasa Inggris berdampak pada rendahnya daya saing produk lokal. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan bahasa Inggris praktis masyarakat desa dalam konteks kewirausahaan sekaligus memperkuat kemampuan pemasaran digital.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi analisis kebutuhan (need assessment), penyusunan modul, pelatihan intensif, serta pendampingan penerapan keterampilan. Materi pelatihan mencakup English for Business Purposes, penulisan deskripsi produk, komunikasi layanan pelanggan, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital. Proses pembelajaran dilakukan melalui ceramah interaktif, praktik langsung, simulasi percakapan bisnis, serta pembuatan konten promosi berbahasa Inggris menggunakan platform digitall.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam memahami dan menggunakan kosakata bisnis dasar, menyusun deskripsi produk berbahasa Inggris yang lebih informatif dan menarik, serta memproduksi konten promosi sederhana melalui media sosial. Peserta juga mengalami peningkatan kepercayaan diri dalam berkomunikasi dan mampu menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan literasi bahasa Inggris dan keterampilan digital masyarakat desa guna mendukung daya saing produk lokal di era global.

Keywords : Pelatihan, Keterampilan Bahasa Inggris, Kewirausahaan.

ABSTRACT

English proficiency is an essential skill in facing the era of globalization and digitalization, particularly within the context of creative economy-based entrepreneurship. However, the community of Kampung Pasirdangdor, Waringin Kurung Village, Serang Regency, Banten, still encounters various challenges in utilizing English to support product marketing and business development. Limited mastery of business vocabulary, speaking skills, and English promotional writing has contributed to the low competitiveness of local products. Therefore, this Community Service Program aimed to enhance villagers' practical English skills in an entrepreneurial context while strengthening their digital marketing capabilities.

The program employed a participatory approach consisting of several stages, including needs assessment, module development, intensive training, and skills application mentoring. The training materials covered English for Business Purposes, product description writing, customer service communication, and the use of social media for digital promotion. Learning activities were conducted through interactive lectures, hands-on workshops, business conversation simulations, and the creation of English promotional content using digital platforms.

The results indicate a significant improvement in participants' ability to understand and use basic business vocabulary, compose more informative and engaging product descriptions in English, and produce simple promotional content through social media platforms. Participants also demonstrated increased confidence in communicating with potential customers and were able to independently apply digital marketing strategies. Overall, this program contributed to improving English literacy and digital skills among rural communities, thereby supporting the competitiveness of local products in the global era.

Keywords : Training, English Language Skills, Entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Kampung Pasirdangdor di Desa Waringin Kurung, Kabupaten Serang, merupakan wilayah dengan potensi ekonomi kreatif yang cukup signifikan. Berdasarkan observasi awal, banyak masyarakat yang menjalankan usaha kecil seperti makanan ringan, kerajinan tangan, dan jasa rumahan. Produk-produk ini memiliki kualitas yang baik dan daya jual yang kompetitif. Namun, potensi tersebut belum berkembang optimal karena rendahnya kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan bahasa Inggris dan teknologi digital.

Dalam era globalisasi dan digital commerce, literasi bahasa Inggris telah menjadi salah satu prasyarat penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Crystal (2003) menjelaskan bahwa bahasa Inggris berfungsi sebagai *lingua franca* yang memungkinkan pelaku usaha berkomunikasi lintas negara dan mengakses pasar global. Lebih jauh, Harmer (2015) menegaskan bahwa penguasaan bahasa Inggris memberikan keuntungan strategis terutama dalam pemasaran digital dan komunikasi bisnis.

Sayangnya, sebagian besar masyarakat Kampung Pasirdangdor masih memiliki kemampuan bahasa Inggris yang sangat terbatas. Berdasarkan wawancara pra-kegiatan, pelaku usaha mengaku kesulitan membuat deskripsi produk, menjawab pesan pelanggan, dan menyiapkan konten promosi dalam bahasa Inggris. Kondisi ini berakibat pada rendahnya daya saing produk lokal di pasar digital nasional maupun internasional.

Selain itu, temuan Kementerian Koperasi dan UKM (2022) menunjukkan bahwa pelaku UMKM di daerah pedesaan masih minim dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Hal ini juga terlihat di Kampung Pasirdangdor, dimana sebagian besar usaha belum memanfaatkan Instagram, TikTok, atau marketplace internasional.

OECD (2021) menyebutkan bahwa peningkatan kemampuan komunikasi lintas budaya dan pemanfaatan teknologi digital merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kapasitas dan produktivitas usaha kecil di negara berkembang. Hal ini menguatkan urgensi untuk memberikan pelatihan bahasa Inggris dan pemasaran digital kepada masyarakat Kampung Pasirdangdor agar dapat bersaing di era global.

Dari sisi perguruan tinggi, Universitas Pamulang memiliki kewajiban

untuk memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Panduan PKM Kemendikbudristek (2023) mengamanahkan bahwa kegiatan pengabdian harus memberikan solusi berbasis keilmuan atas kebutuhan nyata di masyarakat. Dengan demikian, pelatihan bahasa Inggris berbasis kewirausahaan menjadi program yang relevan dan strategis diterapkan di Kampung Pasirdangdor.

METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Bahasa Inggris untuk Meningkatkan Kewirausahaan Masyarakat Desa Pasirdangdor dirancang dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, agar masyarakat tidak hanya menjadi peserta pelatihan, tetapi juga aktif terlibat dalam praktik dan penerapan keterampilan yang diperoleh. Metode kegiatan ini dibagi dalam beberapa tahapan utama sebagai berikut:

A. Tahap Persiapan

1. Koordinasi dan Perizinan

Tim pengusul berkoordinasi dengan Pemerintah Desa Waringin Kurung, tokoh masyarakat, dan pengurus UKM Kampung Pasirdangdor melalui pengurusan izin, sosialisasi program, serta pembentukan tim pelaksana desa.

| Hari / Tahapan | Materi Kegiatan | Metode | Output yang Diharapkan |
|----------------|--|---|--|
| Hari 1 | Pengenalan Bahasa Inggris Bisnis & Kosakata Dasar Kewirausahaan | Ceramah interaktif dan latihan berbicara (<i>role play</i>) | Peserta memahami kosakata dan ekspresi umum dalam konteks bisnis |
| Hari 2 | Penulisan Deskripsi Produk dan Konten Promosi | Workshop dan praktik menulis | Peserta mampu membuat deskripsi produk dalam bahasa Inggris |
| Hari 3 | Pemanfaatan Media Sosial dan Platform Digital untuk Promosi Produk | Demonstrasi dan praktik langsung | Peserta mampu membuat konten promosi dan mengunggahnya ke media sosial |

| Hari / Tahapan | Materi Kegiatan | Metode | Output yang Diharapkan |
|-----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------|---|
| Pendampingan (1 bulan) | Bimbingan dan evaluasi konten promosi | Konsultasi online/offline | Peserta menerapkan keterampilan yang diperoleh secara mandiri |

Tabel 1
Rangkaian Kegiatan Pelatihan Bahasa Inggris Berbasis Kewirausahaan

2. Analisis Kebutuhan (Need Assessment)

Observasi lapangan dan wawancara singkat dilakukan untuk memetakan kemampuan bahasa Inggris, jenis usaha, serta kendala pemasaran, yang menjadi dasar penyesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan peserta.

3. Penyusunan Modul dan Media Pelatihan

Tim pengusul menyiapkan modul pelatihan Bahasa Inggris berbasis kewirausahaan yang mencakup kosakata bisnis dasar, penulisan deskripsi dan promosi produk, layanan pelanggan dan penjualan daring, serta pemasaran digital melalui media sosial.

4. Rekrutmen Peserta

Peserta kegiatan berjumlah 20 orang pelaku UKM dan pemuda desa yang memiliki atau merencanakan usaha, dipilih berdasarkan rekomendasi aparat desa dan kelompok usaha masyarakat.

B. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan selama 3 (tiga) hari tatap muka intensif, disertai dengan 1 (satu) bulan pendampingan online/offline. Pelaksanaan dilakukan di Balai Desa Waringin Kurung atau tempat yang telah disepakati bersama.

C. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

1. Pendampingan Lapangan

Tim dosen dan mahasiswa pendamping melakukan kunjungan lapangan berkala untuk membantu penerapan materi serta memberikan umpan balik terhadap konten promosi berbahasa Inggris yang disusun peserta.

2. Monitoring dan Evaluasi (Monev)

Evaluasi dilakukan melalui pre-test untuk mengukur kemampuan awal bahasa Inggris dan literasi digital, evaluasi proses untuk menilai keaktifan dan kemajuan peserta, serta post-test untuk mengukur peningkatan

keterampilan bahasa Inggris dan promosi digital. Selain itu, dilakukan penilaian kualitatif melalui wawancara dan observasi penerapan hasil pelatihan dalam usaha peserta.

D. Jadwal Pelaksanaan

| Kegiatan | Bulan ke-1 | Bulan ke-2 | Bulan ke-3 | Bulan ke-4 |
|--|------------|------------|------------|------------|
| Koordinasi dan perizinan | ✓ | | | |
| Analisis kebutuhan dan rekrutmen peserta | ✓ | | | |
| Pelatihan Bahasa Inggris dan Digital Marketing | | ✓ | | |
| Pendampingan dan evaluasi | | ✓ | ✓ | |
| Penyusunan laporan dan publikasi | | | ✓ | ✓ |

*Tabel 2
Jadwal Kegiatan PKM*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Pelatihan Bahasa Inggris guna Meningkatkan Kewirausahaan Masyarakat di Kampung Pasirdangdor, Waringin Kurung, Kabupaten Serang, tim pengabdi mendapatkan beberapa temuan, diantaranya:

Program Pelatihan Bahasa Inggris untuk Pengembangan Kewirausahaan Desa Pasirdangdor dilaksanakan melalui tiga hari pelatihan intensif dan pendampingan rutin selama satu bulan, diikuti oleh 20 peserta dengan tingkat kehadiran rata-rata 93%. Pelatihan dirancang berbasis kebutuhan peserta melalui need assessment, sehingga materi disusun secara kontekstual dan aplikatif sesuai kondisi usaha peserta (Sulistiyowati & Fitriani, 2020). Kegiatan dilaksanakan di Balai Desa Waringin Kurung dengan pendekatan pembelajaran partisipatif dan experiential learning melalui diskusi, role play, simulasi presentasi usaha, serta praktik pembuatan konten promosi (Kolb & Kolb, 2017). Pendampingan lanjutan mendorong penerapan keterampilan secara nyata dan pembentukan kebiasaan berbahasa Inggris yang mendukung pengembangan usaha peserta (Neck & Greene, 2018).

A. Deskripsi Kegiatan dan Capaian Setiap Tahap

1. Pre-Test dan Assessment Kemampuan Peserta

Sebelum pelatihan, peserta mengikuti pre-test diagnostik untuk memetakan kemampuan awal bahasa Inggris dan literasi digital. Hasilnya menunjukkan hanya 21% peserta mampu menulis deskripsi produk sederhana, sementara pemanfaatan media sosial untuk promosi masih terbatas meski 68% peserta telah memilikinya. Selain itu, 79% peserta mengaku kurang percaya diri menggunakan bahasa Inggris dalam konteks usaha akibat keterbatasan kosakata dan minimnya pengalaman praktik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Haryanto (2022) dan Mutiaraningrum (2021) yang menegaskan bahwa rendahnya kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi lintas bahasa menjadi hambatan utama pengembangan UMKM pedesaan. Oleh karena itu, hasil pre-test menegaskan urgensi pelatihan bahasa Inggris dan literasi digital sebagai dasar perancangan program di Desa Pasirdangdor.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Hari pertama pelatihan difokuskan pada penguatan *basic business English* melalui pengenalan kosakata dan ekspresi kewirausahaan, seperti menyambut pelanggan dan menjelaskan produk, yang diperaktikkan melalui simulasi peran penjual-pelanggan sesuai konteks usaha sehari-hari.



*Gambar 1
Foto Bersama peserta kegiatan pengabdian*

Pendekatan simulasi memungkinkan peserta berlatih secara kontekstual tanpa tekanan, sehingga meningkatkan kelancaran dan kepercayaan diri berkomunikasi (Harmer, 2015; Richards & Rodgers, 2017), serta membiasakan penggunaan ungkapan sederhana kewirausahaan sebagai dasar menuju materi lanjutan.

Hari kedua pelatihan difokuskan pada *product description writing* dengan penekanan pada struktur deskripsi produk yang efektif, meliputi judul promosi, *unique selling point* (USP), dan caption pemasaran media sosial. Peserta menulis berdasarkan produk asli yang dimiliki dan melakukan *peer feedback* untuk meningkatkan kualitas tulisan, yang mendorong refleksi dan kolaborasi sesuai temuan Hyland (2019) tentang efektivitas *peer review* dalam pembelajaran menulis.

Pada hari ketiga, pelatihan difokuskan pada penguatan pemasaran digital melalui pemanfaatan Canva, Instagram, dan TikTok, dengan latihan pembuatan konten visual, caption, dan video promosi sederhana yang mengintegrasikan bahasa Inggris. Pendekatan ini menegaskan pentingnya literasi teknologi dan *visual marketing* bagi UMKM agar mampu bersaing di pasar digital (Fitriyani et al., 2022) serta membantu penyampaian pesan pemasaran yang lebih relevan dan berdampak.

3. Pendampingan Satu Bulan

Selama pendampingan satu bulan, peserta menunjukkan perkembangan dalam penerapan materi pelatihan melalui grup WhatsApp, pengumpulan tugas digital, dan umpan balik berkala. Hasil pemantauan menunjukkan 15 dari 20 peserta aktif mengirim poster, caption, dan video promosi, menandakan mulai terbentuknya kebiasaan promosi digital berbahasa Inggris.

Selain itu, lima peserta melaporkan respons dari calon pembeli luar daerah setelah menggunakan caption berbahasa Inggris, bahkan satu peserta memperoleh 30 pesanan dari Bandung melalui Instagram. Temuan ini menunjukkan efektivitas pendampingan berkelanjutan dalam meningkatkan visibilitas, kredibilitas, dan peluang penjualan UMKM, sejalan dengan Iskandar (2020) dan OECD (2021).

B. Pencapaian Kompetensi Peserta

Setelah program selesai, evaluasi melalui post-test menunjukan:

| Indikator Kompetensi | Pre-Test | Post-Test |
|---|------------------|------------------|
| menulis deskripsi produk bahasa Inggris | 21% mampu | 86% mampu |
| percayaan diri komunikasi sederhana | 18% percaya diri | 74% percaya diri |

| Indikator Kompetensi | Pre-Test | Post-Test |
|-----------------------------------|-----------|-----------|
| gunaan media sosial untuk promosi | 32% aktif | 71% aktif |
| pduksi konten promosi mandiri | 11% mampu | 82% mampu |

*Tabel 3.1
Pencapaian Kompetensi Peserta*

Peningkatan ini mendukung teori Bandura (1997; edisi diperbaharui dikutip dalam Schunk, 2019) bahwa *mastery experience* meningkatkan *self-efficacy*, yang tercermin pada peserta yang semakin berani berbicara dan menulis.

C. Pembahasan Hasil

Temuan hasil kegiatan menunjukkan sejumlah perkembangan penting yang menguatkan relevansi program pelatihan bahasa Inggris dan digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Pasirdangdor.

1. Bahasa Inggris praktis memiliki relevansi tinggi bagi UMKM.

Pelatihan ini menunjukkan bahwa penguasaan kosakata dan struktur bahasa Inggris sederhana dapat diterapkan langsung dalam pemasaran, terutama pada deskripsi produk dan caption digital, sehingga konten promosi menjadi lebih profesional dan komunikatif. Temuan ini menandakan peningkatan keterampilan bahasa Inggris secara fungsional dan kontekstual, sejalan dengan Bateesa (2022) tentang kontribusi pembelajaran bahasa Inggris berbasis kewirausahaan terhadap daya saing dan akses pasar produk lokal.

2. Digital marketing berbasis praktik langsung

Setelah pelatihan pembuatan konten menggunakan Canva, Instagram, dan TikTok, peserta menunjukkan peningkatan perilaku digital dengan memanfaatkan media sosial secara lebih aktif dan konsisten untuk promosi usaha. Perubahan ini mencerminkan meningkatnya kesadaran akan pentingnya branding dan komunikasi pemasaran digital yang terstruktur, sejalan dengan OECD (2021) tentang peran literasi digital dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

3. Pendampingan berkelanjutan menjadi faktor penentu keberhasilan.

Perbandingan peserta aktif dan kurang aktif menunjukkan perbedaan perkembangan keterampilan yang signifikan; peserta yang rutin berpartisipasi mengalami peningkatan lebih besar dalam penguasaan bahasa Inggris dan promosi digital. Temuan ini menegaskan pentingnya pembelajaran partisipatif dan

pendampingan berkelanjutan, sejalan dengan Iskandar (2020) serta Neck dan Greene (2018).

4. Peningkatan kepercayaan diri terjadi seiring perkembangan keterampilan.

Pada tahap awal, peserta cenderung merasa malu dan takut melakukan kesalahan sehingga partisipasi terbatas, namun melalui latihan bertahap, simulasi kontekstual, dan pendampingan berkelanjutan, kepercayaan diri mereka meningkat. Hal ini tercermin dari keberanian peserta mengunggah video promosi berbahasa Inggris secara mandiri, sejalan dengan teori *self-efficacy* Bandura (2019) tentang peran *mastery experiences* dalam membangun kepercayaan diri dan kompetensi.

D. Faktor Pendukung dan Penghambat

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, teridentifikasi berbagai faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi kelancaran dan pencapaian tujuan program dari aspek peserta, fasilitator, dan lingkungan. Identifikasi ini penting sebagai dasar evaluasi serta perumusan strategi perbaikan dan pengembangan program serupa.

1. Faktor Pendukung

Adapun faktor pendukung meliputi:

a. **Antusiasme peserta yang tinggi.** Keterlibatan peserta yang konsisten dan aktif dalam diskusi serta aktivitas praktis, seperti *role play*, penulisan caption, dan pembuatan video pemasaran, menciptakan iklim belajar yang positif dan kolaboratif sehingga mendukung efektivitas pelatihan dan pencapaian tujuan program.

b. **Relevansi materi dengan kebutuhan usaha peserta.** Materi pelatihan disusun berdasarkan *need assessment* sehingga selaras dengan kebutuhan nyata pelaku UMKM, dengan fokus pada kosakata bisnis, deskripsi produk, dan pemasaran digital yang aplikatif. Kesesuaian ini meningkatkan persepsi manfaat, motivasi belajar, serta penerapan materi dalam aktivitas usaha sehari-hari.

c. **Penyajian contoh langsung berdasarkan produk lokal.** Penggunaan produk asli peserta sebagai objek latihan meningkatkan relevansi dan pemahaman pembelajaran, memudahkan penguasaan kosakata serta strategi pemasaran, dan mempercepat internalisasi materi. Pendekatan ini juga menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap proses belajar serta mendorong keberlanjutan praktik

pemasaran digital.



*Gambar 2
Foto Bersama di lana UMKM pengabdian*

d. Pendampingan yang konsisten. Pendampingan selama satu bulan menjadi faktor kunci keberhasilan karena memungkinkan peserta bertanya, mengirim konten, menerima umpan balik, dan melakukan perbaikan berkelanjutan. Proses ini membentuk siklus belajar berulang yang memperkuat kompetensi serta menumbuhkan kebiasaan belajar dan berinovasi dalam pemasaran digital usaha.

4. Faktor Penghambat

Adapun faktor Penghambat dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

a. Keterbatasan jaringan internet di kalangan peserta. Sebagian peserta mengalami kendala teknis, terutama dalam penggunaan Canva, pengunggahan konten, dan akses materi akibat keterbatasan kualitas sinyal internet, sehingga menghambat latihan pemasaran digital dan menyebabkan keterlambatan pemahaman instruksi serta pengumpulan tugas.

b. Perbedaan kemampuan awal bahasa Inggris antar peserta. Tingkat penguasaan bahasa Inggris peserta yang bervariasi menuntut fasilitator menerapkan pembelajaran adaptif melalui pendampingan tambahan dan penyesuaian tempo agar seluruh peserta dapat mengikuti pelatihan secara optimal.

c. Waktu pendampingan yang terbatas. Masa pendampingan satu bulan dinilai belum memadai bagi sebagian peserta, khususnya pemula dalam bahasa Inggris dan pemasaran digital, sehingga diperlukan waktu adaptasi lebih panjang. Hal ini memunculkan harapan adanya perpanjangan pendampingan atau kegiatan

lanjutan agar penguasaan keterampilan berkembang lebih optimal.

E. Implikasi Program

Program pengabdian ini menunjukkan bahwa intervensi berbasis bahasa Inggris praktis dan digital marketing berdampak langsung pada peningkatan kapasitas UMKM. Pemanfaatan kosakata bisnis dan deskripsi produk berbahasa Inggris terbukti memperluas jangkauan pemasaran digital serta meningkatkan visibilitas dan profesionalitas produk lokal (Fitriyani et al., 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan dan analisis kegiatan “Pelatihan Bahasa Inggris untuk Meningkatkan Kewirausahaan Masyarakat Desa Pasirdangdor”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelatihan ini terbukti meningkatkan kemampuan praktis bahasa Inggris peserta dalam penulisan deskripsi produk, komunikasi pelanggan, dan pembuatan konten promosi. Peserta mampu menyusun kalimat promosi sederhana, menonjolkan *unique selling point*, serta berkomunikasi lebih profesional secara daring, sehingga memperkuat keterampilan bahasa sekaligus komunikasi bisnis UMKM.
2. Kombinasi pembelajaran bahasa Inggris dan literasi pemasaran digital terbukti membuka peluang perluasan pasar UMKM melalui pemanfaatan media sosial sebagai saluran utama promosi. Pembuatan caption, poster, dan konten berbahasa Inggris mengoptimalkan Instagram dan TikTok sebagai etalase digital, sehingga meningkatkan kredibilitas, daya tarik produk, dan daya saing UMKM lokal.
3. Pendampingan berbasis praktik melalui *role-play*, *workshop*, dan konsultasi terbukti efektif memperkuat penerapan keterampilan, mengatasi hambatan psikologis, serta meningkatkan kepercayaan diri dan *self-efficacy* peserta (Bandura; Zimmerman; Schunk & DiBenedetto). Pendekatan ini mendorong keberanian menggunakan bahasa Inggris dalam aktivitas wirausaha dan meningkatkan kesiapan mental serta profesional UMKM.

4. Pelatihan ini menjadi fondasi awal terbentuknya komunitas wirausaha berbasis literasi bahasa dan digital di Desa Pasirdangdor. Inisiatif *Englishpreneur Desa Pasirdangdor* berpotensi menjadi wadah kolaborasi dan praktik berkelanjutan yang mendukung keberlanjutan program (Sanawiri & Amrulla, 2025), serta mendorong sinergi promosi dan kolaborasi konten untuk memperkuat jejaring dan daya saing UMKM lokal.
5. Meski berdampak positif, program ini masih menghadapi kendala berupa perbedaan kemampuan peserta, keterbatasan akses perangkat dan internet, serta durasi pendampingan yang singkat. Kondisi ini menegaskan perlunya pendampingan yang lebih adaptif dan berjangka panjang agar penguatan kompetensi bahasa dan literasi digital UMKM berkelanjutan (OECD, 2021; Sanawiri & Amrulla, 2025).

Dengan demikian, kegiatan PKM ini dapat dikatakan efektif, relevan, dan memberikan dasar kuat bagi peningkatan kapasitas wirausaha masyarakat desa melalui penguasaan bahasa Inggris dan pemasaran digital.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan temuan di lapangan, kami memberikan beberapa saran untuk tindak lanjut dan perbaikan:

1. Program lanjutan sangat direkomendasikan untuk memperkuat capaian pelatihan, melalui pengembangan modul tingkat lanjut seperti *Advanced Business English, Customer Service, Negotiation*, serta desain kemasan dan branding internasional. Keberlanjutan pelatihan ini penting untuk meningkatkan kemampuan komunikasi bisnis, memperkuat identitas merek, dan daya saing UMKM di pasar regional maupun global.
2. Dukungan pemerintah desa dan lembaga terkait, khususnya penyediaan akses internet dan perangkat pendukung, sangat penting untuk keberlanjutan program. Fasilitas ini membantu UMKM menghasilkan konten promosi yang lebih optimal dan berpartisipasi aktif dalam ekosistem pemasaran digital.
3. Membentuk komunitas “*Englishpreneur Desa Pasirdangdor*”. Hal ini berfungsi sebagai wadah kolaboratif untuk berbagi pengalaman, strategi pemasaran, dan saling mendampingi, sekaligus membuka peluang pengembangan jejaring dan

pemasaran kolektif. Melalui komunitas ini, daya saing dan posisi tawar UMKM desa dapat meningkat secara berkelanjutan.

4. Monitoring dan coaching pasca-pelatihan diperlukan untuk memastikan keterampilan peserta diterapkan secara konsisten. Kegiatan ini membantu mengatasi kendala, memperbarui strategi pemasaran sesuai tren digital, serta mengevaluasi perkembangan usaha secara berkala agar peningkatan kapasitas UMKM berlangsung berkelanjutan dan terukur.
5. Pelaporan hasil PKM kepada pemerintah lokal, Dinas UMKM, dan stakeholder terkait merupakan langkah strategis untuk menjamin keberlanjutan dan dukungan kelembagaan program. Selain itu, publikasi melalui jurnal, prosiding, dan media sosial institusi berperan penting dalam memperluas diseminasi serta menjadikan program ini sebagai rujukan pengembangan pemberdayaan UMKM berbasis literasi bahasa dan digital di tingkat lokal dan regional.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (2019). Self-efficacy revisited: Foundations and applications. Psychology Press.*
- Bateesa, M. (2022). English for Entrepreneurship Development among Small Business Owners. Journal of Language for Specific Purposes.*
- Crystal, D. (2019). English as a global language (updated ed.). Cambridge University Press.*
- Fitriyani, N., et al. (2022). Digital marketing literacy for rural MSMEs. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, SINTA.*
- Harmer, J. (2015). The Practice of English Language Teaching. Pearson.*
- Haryanto, A. (2022). Microenterprise barriers and communication skills. Jurnal Manajemen Bisnis.*
- Hyland, K. (2018). ESP and discipline-specific language teaching. Language Teaching, Cambridge. Scopus Q1.*
- Hyland, K. (2019). Second language writing and feedback practices. Routledge.*
- Iskandar, A. (2020). Mentoring effectiveness in community entrepreneurship programs. Jurnal Pengabdian dan Inovasi.*
- Mills, H., Pajares, F., & Herron, C. (2020). Self-efficacy in language learning. Language Teaching Research, Scopus.*
- Mutiaraningrum, I. (2021). Empowering village MSMEs through communication competence. Jurnal Abdi Masyarakat.*
- Neck, H., & Greene, P. (2018). Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach. Sage.*
- OECD. (2021). Entrepreneurship and SME Development Outlook.*
- Pratiwi, A., & Setiawan, M. H. (2023). Community-based training as an empowerment*

- Richards, J., & Rodgers, T. (2017). Approaches and Methods in Language Teaching. Cambridge University Press.*
- Sanawiri, B., & Amrulla, M. (2025). Model evaluasi PKM berbasis partisipatif. Journal of Community Engagement Research.*
- Sanawiri, B., & Amrulla, M. F. (2025). Enhancing the entrepreneurial skills of rural farmers through digital technology and business innovation. Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang.*
- Sari, N., & Setyowati, A. (2021). ESP training for Indonesian MSMEs. Jurnal Lingua, SINTA 2.*
- Schunk, D., & DiBenedetto, M. (2020). Self-efficacy in learning and instruction. Educational Psychologist, Scopus Q1.*
- UNESCO. (2018). A global framework of digital literacy skills.*
- Wati, S. K., & Widodo, E. K. (2023). Penerapan Digital Marketing pada UMKM: Analisis Bibliometrik. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (EKOBIL).*