

Pelatihan Wirausaha, Bahasa Inggris dan Digital Marketing di Desa Suntenjaya, Bandung Barat

Suharyanto¹, Warkianto W.², R. Lisye Herlina³, Nana Suryana⁴, Irman Hariman⁵, Oscar Hadikaryana⁶, Mutiara Indah N. D⁷, Satrya R.⁸, Indriarto Y.⁹

^{1,2,3}Prodi Teknik Industri, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

⁴Sistem Informasi, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

^{5,6}Teknik Informatika, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

^{7,8}Sastra Inggris, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

⁹Teknik Elektr, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

e-mail: ¹yanto.sy2008@gmail.com, ²warkiw@yahoo.com, ³herlinalisye@gmail.com, ⁴nsuryana@ukri.ac.id, ⁵irmanhariman@gmail.com; ⁶oscar@universitas.kebangsaan.ac.id, ⁷mutiaraindah@ukri.ac.id, ⁸satriaraditianto@ukri.ac.id, ⁹i.yuniantoro@ukri.ac.id

Abstrak

Program pengabdian masyarakat merupakan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi tepat guna dan dibutuhkan masyarakat, terlaksana sebagai bagian Tridharma perguruan tinggi. Pelaksanaan pelatihan kewirausahaan, bahasa Inggris wisata dan digital marketing Universitas Kebangsaan RI dilakukan pada bulan Januari dan Februari 2022 dibiayai oleh kampus. Kegiatan terlaksana atas kerjasama dosen dan mahasiswa serta Bagian Pengabdian Masyarakat. Peserta pelatihan adalah masyarakat Desa Suntenjaya anggota PKK dan Karang Taruna. Program pelatihan ini dilaksanakan sesuai kebutuhan masyarakat Desa Suntenjaya sebagai desa tujuan wisata di Kabupaten Bandung Barat. Sebagai daerah tujuan wisata, masyarakat masih kurang dalam berwirausaha, keterampilan berbahasa Inggris dan digital marketingnya. Jadi pelatihan kewirausahaan, bahasa Inggris dan digital marketing sangat bermanfaat dan sangat dibutuhkan. Program pelatihan dilaksanakan di aula Balai Desa Suntenjaya, dengan pemateri dosen dan dibantu mahasiswa Teknik Industri, Sastra Inggris dan Teknik Informatika serta Sistem Informasi. Program pelatihan diikuti 31 peserta dengan metode pelatihan, dan materi tulis dan praktek percakapan. Harapannya dengan adanya pelatihan ini, masyarakat meningkat pengetahuannya, sehingga ke depannya lebih siap menghadapi wisatawan dalam dan luar negeri yang berkunjung ke Lembang umumnya dan Desa Suntenjaya khususnya. Selama dan setelah pelaksanaan program, hasil yang diperoleh menunjukkan, masyarakat peserta sangat puas dan masyarakat berharap program ini dapat terus dilanjutkan.

Kata kunci— Pelatihan, Kewirausahaan, Bahasa Inggris, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

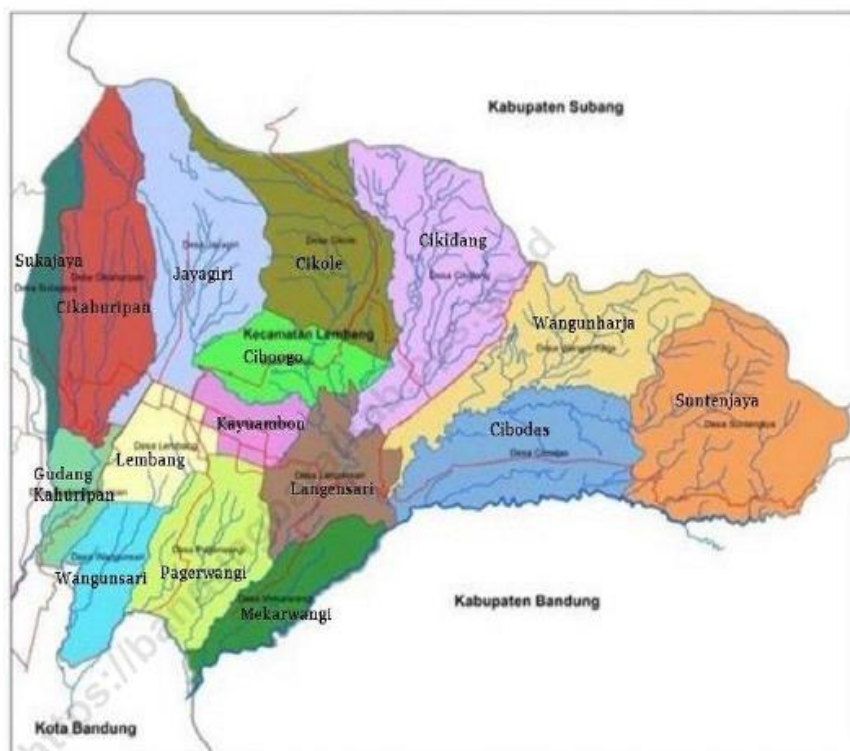
1.2 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Bandung Barat saat ini berpenduduk sebanyak 1.788.366 jiwa dan luas wilayah 1305,77 km². Kecamatan Lembang sebagai salah satu kecamatan di Bandung Barat berpenduduk 197.640 jiwa dengan luas wilayah 95,56 km² atau 7%, dari wilayah Bandung Barat dan memiliki desa sebanyak 16 desa. Ditinjau dari komposisi berdasarkan jenis kelamin, penduduk Kecamatan Lembang berjumlah 197.640 jiwa dan desa Suntenjaya adalah satu dari 16 desa yang ada di Kec. Lembang [1]. Desa Suntenjaya, berada di wilayah geografis Lembang Timur dan berbatasan dengan wilayah Kabupaten Bandung serta Kota

Bandung di sebelah Selatan. Sebagian besar masyarakatnya memiliki bermata pencaharian, petani, wirausaha dan karyawan perusahaan wisata serta pegawai ASN dan TNI/Polri.

Wilayah desa Suntenjaya memiliki luas 11,6 km² dan merupakan 12,2% dari seluruh wilayah KBB. Tingkat angkatan kerja di KBB yang bekerja mencapai 747.644 orang (59,9%) dari angkatan kerja dan 500.277 orang (40,1%) bukan angkatan kerja [1]. Jumlah sekolah yang berada di desa Suntenjaya saat ini ada 3 SD, 1 SMP dan 1 SMA. Untuk perangkat kesehatan yang ada barulah bidan desa dan sejumlah 17 posyandu [1].

PETA KECAMATAN LEMBANG
MAP OF LEMBANG SUBDISTRICT



Gambar 1 Peta Kecamatan Lembang
*)sumber: BPS Kab Bandung Barat, 2021.

1.2 Tinjauan Pustaka

Perkembangan bidang sosial dan teknologi informasi dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan masyarakat. Dengan menggunakan berbagai peralatan teknologi informasi (telepon seluler, komputer dan internet) tersebut, masyarakat dengan mudah mencari informasi yang mereka butuhkan secara tepat dan singkat. Namun di sisi lain, tidak semua masyarakat mampu memiliki dan dapat mempergunakan peralatan tersebut. Di sisi lain masyarakat yang kurang familiar dengan telepon seluler, masih suka membaca buku-buku atau informasi dari buku. Literasi masyarakat dari buku ini saat sekarang menjadi berkurang, dibandingkan dengan kondisi sebelum berkembangnya telepon seluler dan internet.

Perkembangan telepon seluler dan internet merambah juga ke dalam bidang kewirausahaan, dalam bentuk pemasaran digital. Istilah wirausaha (*entrepreneur*) menurut Peter F. Drucker telah digunakan selama lebih dari 200 tahun [2]. *Entrepreneurship* berasal dari kata Perancis (*entreprendre*, yang berarti 'between' and to 'undertake' atau 'to take' (melaksanakan/menjalankan, melakukan atau mengerjakan sesuatu pekerjaan). Kewirausahaan adalah proses memulai bisnis baru, mengorganisasikan sumberdaya-sumberdaya, misalnya sumberdaya manusia, sumberdaya bahan baku (alam) yang digunakan

untuk kegiatan meningkatkan nilai tambah secara ekonomis (*economic value added*), yang akan menghasilkan produk berupa barang dan jasa, dengan mempertimbangkan resiko yang terkait dan balas jasa yang akan diterima dari kegiatan penjualan produk barang maupun jasa [2]. Pengelolaan bisnis dan wirausaha sama-sama memerlukan manajemen pengelolaan sumberdaya dengan baik dan bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dalam rangka mendukung keberlanjutan usaha.

Dalam perkembangannya sesuai dengan kemajuan teknologi informasi yang ada, digital marketing membantu aktivitas pemasaran dengan berbagai aplikasi *e-commerce* yang ada di internet. Pemasaran digital (*digital marketing*), saat ini dapat diakses menggunakan komputer, laptop atau *smartphone* yang dimiliki oleh para pelaku usaha. Pemasaran secara digital (*online*) yaitu terfokus pada penentuan media pemasaran, jaringan pemasaran, dan pengelolaan pemasaran secara *online*. Perkembangan yang ada saat ini, dilihat dari data Hootsuite bulan Oktober 2022, penduduk Indonesia yang sudah terkoneksi internet mencapai 76,8% dan yang belum terkoneksi tinggal 64,6 juta atau 23,2% penduduk [3]. Dari jumlah tersebut, rata-rata menggunakan internet selama 7 jam 41 menit setiap harinya, dan sebanyak 95,5% menggunakan *smartphone* atau aplikasinya, serta 60,9% menggunakan laptop atau *desktop* [3]. Bagi penduduk Indonesia pengguna internet, 64,7% nya digunakan untuk sosial media dengan lama waktu mencapai rata-rata 3 jam 7 menit (40,6% waktu *online*) per hari [3]. Data pemanfaatan sosial media internet dan iklan dalam media sosial di Indonesia dapat dilihat dalam tabel 1 dan 2 berikut.

Tabel 1 Pemanfaatan Media Sosial di Indonesia

No	Pemanfaatan Sosial Media	Persentase (%) dari penggunaan
1	Mencari info 'brand' dan produk	61,1%
2	Mengikuti influencer	31,1%
3	Mendukung pekerjaan	28,7%
4	Sumber berita	41,9%

*)sumber: Hootsuite, 2022 October Digital Statshot, diringkaskan.

Tabel 2 Cakupan Media Sosial untuk Iklan di Indonesia

No	Sosial Media	Cakupan thd penduduk	Persentase (%)
1	Youtube	Usia > 18 tahun	31,5%
2	Facebook	Usia > 18 tahun	59,9%
3	Tiktok	Usia > 18 tahun	36,1%
4	Instagram	Usia > 13 tahun	43,4%
5	Linkedin	Usia > 18 tahun	11,4%
6	Messenger	Usia > 13 tahun	13,1%

*)sumber: Hootsuite, 2022 October Digital Statshot, diringkaskan.

Dalam dunia usaha, dalam dunia yang berkembang yang semakin luas dan mengglobal serta untuk mengembangkan pasar yang luas, dalam berkomunikasi dengan pelanggan atau calon pelanggan, kita bisa menggunakan komunikasi lisan maupun tulisan dengan surat bisnis berbahasa Inggris. Sebagai bahasa pengantar internasional, menurut estimasi pemerintah UK (United Kingdom) pengguna bahasa Inggris mencapai lebih dari satu miliar orang, dan perkiraan di tahun 2020 mencapai 2 miliar orang [4]. Surat bisnis berbahasa Inggris (*English Business Letters*) saat ini berperan dalam komunikasi bisnis lintas negara. Pentingnya bahasa Inggris dalam bisnis, akan dirasakan oleh pebisnis pada saat berhubungan dengan mitra usaha maupun dengan pelanggan atau calon pelanggan, khususnya yang berasal dari negara-negara yang berbahasa Inggris. Internet sebagai salah satu media untuk pemasaran produk, akan sangat luas cakupan calon konsumennya, jika didukung dengan penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar dalam deskripsi produk dan pemesanannya.

1.3 Masalah Yang Akan Dipecahkan

Dari latar belakang diatas, terbukanya peluang kerja dan peluang bisnis di industri pertanian dan jasa di wilayah KBB umunya dan wilayah kecamatan Lembang dan desa Suntenjaya khususnya, memberikan alasan yang rasional untuk pemecahan masalah berupa kegiatan memberikan pelatihan kewirausahaan dan bahasa Inggris serta *digital marketing*.

1.4 Tujuan Pengabdian Masyarakat,

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan umum untuk penurunan jumlah persentase pengangguran di desa Suntenjaya kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, dan secara khusus bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kompetensi pengetahuan dan keterampilan wirausaha dan komunikasi bahasa Inggris dan *digital marketing*.
2. Membuka peluang bagi masyarakat untuk memperoleh penghasilan dengan bekerja maupun membuka bisnis/wirausaha yang layak.

1.5 Sasaran Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat memiliki sasaran bagi penduduk desa Suntenjaya, Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung khususnya desa Suntenjaya, dan dengan peserta khusus ibu-ibu anggota PKK dan anggota Karang Taruna yang sudah menjalankan usaha atau yang akan memulai usaha.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Materi Pelatihan

Pelatihan kewirausahaan, bahasa Inggris dan digital marketing dalam program pengabdian kepada masyarakat ini dipisah menjadi tiga materi utama, yaitu materi kewirausahaan, materi bahasa Inggris dan materi *digital marketing*. Rincian materi selengkapnya seperti dalam tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3 Materi Pelatihan

No	Materi pelatihan	Jumlah pertemuan
1	Kewirausahaan: a. Memulai usaha b. Menentukan produk yang diminati konsumen c. Menentukan harga jual d. Kualitas produk e. Pengemasan produk	4
2	Bhs. Inggris: a. Pengenalan diri b. Pengenalan tempat/lokasi c. Pengenalan obyek/benda d. Pengenalan obyek wisata sekitar Lembang dan Bandung Barat	3
3	<i>Digital marketing</i> : a. Pemasaran produk konvensional b. Pemasaran secara digital (<i>digital marketing</i>)	3
4	Praktek di lapangan	5
	Total	15 sesi

*)sumber: Data lapangan

2.2 Lokasi Kegiatan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat dilakukan di lokasi, yaitu di Bale Desa Suntenjaya, pada bulan Januari-Februari 2022. Di lokasi Bale Desa Suntenjaya digunakan metode ceramah dengan contoh praktek. Materi yang diberikan adalah tentang: Pengetahuan Kewirausahaan, Komunikasi bahasa Inggris dan Digital Marketing. Di lokasi ini peserta yang mengikuti berjumlah 31 orang ibu-ibu PKK dan Karang Taruna desa Suntenjaya, dengan total sebanyak 4 sesi materi, dan pelaksanaan pelatihan periode bulan Januari sampai dengan bulan Februari 2022.

2.3 Peserta

Peserta dalam program pelatihan sebanyak 31 (tiga puluh satu) peserta, dan dengan seluruh dosen yang terlibat dari awal sampai akhir sebanyak 9 (sembilan) orang.

2.4 Prosedur dan Metode

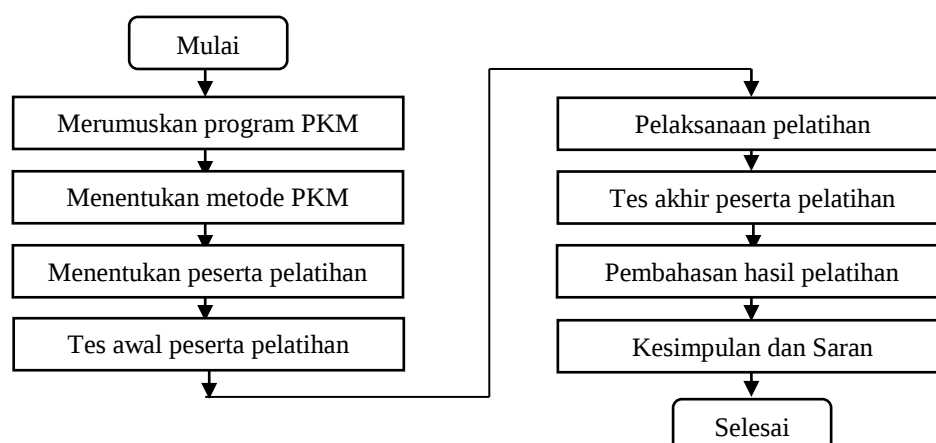
Program pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan metode pembelajaran berupa pelatihan, untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar bagi peserta pemula (awam) dan meningkatkan pengetahuan lanjutan bagi yang pernah belajar sebelumnya. Teknis pelaksanaan program pelatihan yang dilaksanakan mengikuti prosedur sebagai berikut:

- Tahap awal diberikan materi pengetahuan umum (dasar).
- Tahap kedua, diberikan materi keterampilan kewirausahaan.
- Tahap ketiga diberikan materi bahasa Inggris.
- Tahap keempat diberikan materi *digital marketing*.

Metode pelaksanaan pembelajaran digunakan metode yang sesuai dengan materi dan kondisi latar belakang peserta masyarakat Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang, dengan rincian sebagai berikut:

- Tahap awal, digunakan metode belajar secara ceramah dan tanya jawab. Ceramah diberikan oleh narasumber (dosen/mahasiswa). Pelaksanaan belajarnya secara klasikal secara keseluruhan bersama-sama.
- Tahap kedua, diterapkan metode belajar secara pelatihan, diawali dengan penjelasan teori singkat dan diberi contoh, kemudian peserta disuruh untuk mencoba dan mengulangi apa yang diajarkan. Urutan ini dilakukan sampai peserta pelatihan bisa mengerjakan sendiri.
- Tahap ketiga, diterapkan metode belajar praktek di lapangan dengan belajar langsung secara perorangan dan kelompok.

Alur kegiatan pengabdian masyarakat secara singkat sebagai berikut:



Gambar 2 Bagan Alur Pengabdian Masyarakat
(Sumber: data diolah)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Masyarakat oleh dosen dan mahasiswa Universitas Kebangsaan RI, khususnya di lokasi Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang, dilaksanakan pada bulan Januari-Februari 2022.

3.1 Peserta dan Dosen

Peserta dalam kelompok pelatihan di lokasi terdiri dari 31 orang, yang berasal dari beberapa RT dalam RW 13. Daftar dosen dan mahasiswa yang terlibat tertera dalam tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4 Daftar Nama Dosen dan Mahasiswa

No	Nama	Program Studi	Materi
1	Suharyanto	Teknik Industri	Kewirausahaan
2	Irman Hariman	Teknik Informatika	Digital Marketing
3	Oscar Hadikaryana	Teknik Informatika	Digital Marketing
4	R. Lisye Herlina	Teknik Industri	Kewirausahaan
5	Warkianto Widjaja	Teknik Industri	Kewirausahaan
6	Mutiara Indah N.Dewi	Sastra Inggris	Bahasa Inggris
7	Nana Suryana	Sistem Informasi	Digital Marketing
8	Satrya Radityanto	Sastra Inggris	Bahasa Inggris
9	Indriarto Yudiantoro	Teknik Elektro	Digital Marketing
10	Mahasiswa (2 org)	Sastra Inggris	
11	Mahasiswa (2 org)	Teknik Industri	
12	Mahasiswa (2 org)	T.Informatika/ S.Informasi	

*)sumber: data diolah

3.2 Evaluasi Awal (Sebelum ada Pelatihan):

Pengetahuan masyarakat tentang pengetahuan Kewirausahaan, bahasa Inggris dan *digital marketing* diperoleh dari berbagai sumber. Data yang ada dari sejumlah 31 orang peserta, menunjukkan tingkat pengetahuan berbeda-beda seperti dinyatakan dalam tabel 5 dan 6 berikut:

Tabel 5 Kondisi Penilaian Awal (Sebelum Pelatihan) Peserta

No	Sumber pengetahuan utama	Jumlah (warga)	Persentase %
1	Sekolah/kursus	9	29,0
2	Koran	3	9,7
3	Ponsel (media sosial/internet)	19	61,3
	Jumlah Total	31	100

*) sumber: data diolah

*) peserta sebanyak 31 orang (ibu-ibu PKK dan karang taruna).

*) pengetahuan utama dilihat dari pengetahuan umum/dasar tentang pengetahuan Kewirausahaan, bahasa Inggris dan *digital marketing* sebelum pelatihan

Tabel 6 Nilai Pengetahuan Peserta Sebelum Pelatihan

No	Peserta Pelatihan	Rata-rata Nilai Kewirausahaan	Rata-rata Nilai Bhs.Ingggris	Rata-rata Nilai Digital Marketing
1	Ibu-ibu PKK	75	70,9	65,1
2	Karang Taruna	77,5	79,1	78,5
	Rata-rata Total	76,75	74,9	71,6
		Baik	Baik	Baik

*)sumber: data diolah

*) peserta sebanyak 31 orang (ibu-ibu PKK dan karang taruna).

*) pengetahuan utama dilihat dari pengetahuan umum/dasar tentang pengetahuan Kewirausahaan; bahasa Inggris bisnis dan *digital marketing* sebelum pelatihan

3.3 Evaluasi Akhir Pelaksanaan

Penilaian akhir dilakukan dengan mengevaluasi materi pelatihan Pengetahuan Kewirausahaan, Bahasa Inggris serta *Digital Marketing*. Setelah pelaksanaan pelatihan, terlihat dari hasil evaluasi bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, menjadi peningkatan berkemampuan dari yang semula cukup baik, meningkat menjadi baik. Sedangkan peserta yang semula baik meningkat menjadi sangat baik. Dari kesemua peserta sebanyak 31 orang (ibu-ibu PKK dan Karang Taruna), evaluasi memberikan hasil nilai akhir seperti dinyatakan dalam Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7 Nilai Pengetahuan Peserta Setelah Pelatihan

No	Peserta Pelatihan	Rata-rata Nilai Kewirausahaan	Rata-rata Nilai Bhs.Ingggris	Rata-rata Nilai Digital Marketing
1	Ibu-ibu PKK	80	75,9	75,5
2	Karang Taruna	82,5	83,5	85,0
	Rata-rata Total	81,75	79,3	80,25

*)sumber: data diolah

*) peserta sebanyak 31 orang (ibu-ibu PKK dan karang taruna).

*) pengetahuan utama dilihat dari pengetahuan umum/dasar tentang pengetahuan Kewirausahaan; bahasa Inggris dan *digital marketing* setelah pelatihan

3.4 Analisis dan Pembahasan

Dengan selesainya program pengabdian masyarakat yang dilakukan dosen dan mahasiswa Universitas Kebangsaan RI, khususnya pelatihan Kewirausahaan, bahasa Inggris dan Digital Marketing di Desa Suntenjaya, Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, terdapat bahan masukan maupun kajian di masa mendatang diantaranya:

1. Masyarakat Desa Suntenjaya merasa sangat terbantuan, karena dengan adanya pelatihan ini mereka bertambah ilmu pengetahuan dan keterampilannya, khususnya tentang pengetahuan kewirausahaan, bahasa Inggris bisnis dan digital marketing. Peserta pelatihan kebanyakan berlatar belakang pendidikan dasar dan menengah (smp), sedangkan yang berpendidikan SLTA (SMA/SMK) cukup sedikit. Masyarakat yang berpendidikan SLTA dan pendidikan tinggi cenderung mencari informasi dari internet yang diakses melalui telepon seluler atau laptop di sekolah atau di tempat kerja mereka. Golongan ini cenderung sudah mandiri dalam mencari berbagai sumber informasi yang mereka butuhkan masing-masing. Bagi yang berpendidikan dasar dan tidak sekolah, mereka merasa bertambah banyak pengetahuan tambahan, dengan mengikuti pelatihan di desa.

2. Dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah adanya pelatihan, terdapat pertambahan pengetahuan yang nyata. Pada saat itu, bagi masyarakat yang berpendidikan rendah, pengetahuan mereka khususnya tentang materi kewirausahaan dan bahasa Inggris bisnis, sangat terbatas, dan belum terbiasa mencari sendiri informasi yang dibutuhkan. Masyarakat berpendidikan rendah ini pada awal pelaksanaan program, dari tes awal menunjukkan nilai yang cukup baik (kewirausahaan 76,75, bahasa Inggris nilainya 74, dan digital marketing 71,6). Setelah akhir pelatihan terjadi kenaikan kompetensi dengan nilai rata-rata sebesar (kewirausahaan 81,75, bahasa Inggris nilainya 79,3, dan digital marketing 80,25). Masyarakat peserta pelatihan menilai bahwa mereka memperoleh banyak manfaat, khususnya terkait dengan kemudahan untuk ikut mengikuti pelatihan di desa ini. Bagi masyarakat yang pernah berwirausaha dengan dengan membuat produk makanan kecil atau membuka usaha perdagangan, sangat menambah wawasan dengan pelatihan di desa. Masyarakat yang wirausaha ini juga bertambah pengetahuan tentang menghitung harga jual produk mereka, setelah belajar tentang perhitungan harga jual. Selain itu juga mereka memperoleh banyak manfaat dari pengetahuan tentang bagaimana menjual produk mereka khususnya melalui digital marketing. Selain itu untuk materi bahasa Inggris masyarakat merasa terbantu, dari mereka sebelumnya sangat buta huruf bahasa Inggris, setelah pelatihan mereka merasakan bertambah pengetahuan bahasa Inggrisnya. Mereka dapat menyebutkan tempat, menjelaskan angka (uang) dan dapat menerangkan sesuatu.
3. Daam pelaksanaan pelatihan, kegiatan ini dibantu juga oleh mahasiswa dan dosen pembimbing. Kegiatan ini dimanfaatkan oleh masyarakat dengan berdiskusi tentang kewirausahaan, bahasa Inggris dan digital marketing, mereka seolah-olah mendapat suntikan semangat baru untuk bangkit kembali dan bagi yang akan memulai, mereka tidak takut gagal. Narasumber kewirausahaan adalah dosen teknik industry, bahasa Inggris dosen Sastra Inggris dan materi digital marketing adalah dosen Teknik Informatika.
4. Masyarakat berharap agar program-program kegiatan dalam Pengabdian Masyarakat (termasuk pelatihan), bisa terus dilanjutkan, dan berharap agar mereka diberi jalan untuk memperoleh kemudahan akses untuk meningkatkan permodalan dalam rangka mengembangkan usaha yang akan dan telah dilakukan. Masukan dari masyarakat adalah program-program kegiatan pengabdian masyarakat dan program lainnya dapat membuka jalan mempermudah pengembangan usaha, sekaligus akses dan kemudahan untuk memperoleh permodalan usaha, baik dari pihak perbankan, pemerintah daerah maupun pihak swasta lainnya.

Sebagai perbandingan hasil pelatihan atau penyuluhan kewirausahaan yang dilakukan oleh Agus Jamaludin tahun 2022: setelah berselang 15 hari, terjadi perubahan pada pedagang yaitu: terjadi peningkatan usaha, jumlah pembeli semakin banyak, jenis barang dagangan semakin komplit, dan keuntungan lebih stabil [5]. Selain itu juga Purwanto et.al. [6], melakukan pengabdian masyarakat, menunjukkan hasil bahwa aplikasi *digital marketing* dapat digunakan sebagai media pemasaran *online* dan dapat meningkatkan volume penjualan dan daya saing bisnis Paguyuban Kelompok Petani Holtikultura Cilacap (PHC).

3.5 Foto-foto Kegiatan



Gambar 3 Lokasi kantor desa Suntenjaya
)sumber: data diolah



Gambar 4 Pelatihan Kewirausahaan
)sumber: data diolah



Gambar 5 Pelatihan Digital Marketing dan Bahasa Inggris
)sumber: data diolah



Gambar 5. Pelatihan Bahasa Inggris dan Penutupan PKM
)sumber: data diolah

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang sudah dilakukan oleh Universitas Kebangsaan tahun 2022 ini bisa dilaksanakan dengan baik. Beberapa hal yang dapat diambil sebagai kesimpulan adalah:

1. Program PKM secara umum memberikan manfaat bagi masyarakat Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, khususnya terjadinya peningkatan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan, bahasa Inggris dan pemasaran digital (*digital marketing*).
2. Bagi peserta pelatihan setelah bertambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang kewirausahaan, bahasa Inggris dan pemasaran digital (*digital marketing*), diharapkan dapat bersaing memperoleh kesempatan memulai dan mengembangkan usaha sesuai bidang minatnya.

5. SARAN

Untuk mendukung peningkatan kualitas sumberdaya manusia khususnya masyarakat Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, program PKM agar bisa dilaksanakan secara berkesinambungan, sehingga jangkauan atau jumlah peserta dan materi pelatihan yang diberikan bisa lebih banyak lagi. Untuk itu perlu dukungan dari berbagai pihak baik dari sisi pendanaan/biaya maupun ketersediaan waktu dan tempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada pimpinan kampus Universitas Kebangsaan RI, yang telah memberi dukungan dana terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] BPS Kabupaten Bandung Barat. (2021). Kabupaten Bandung Barat Dalam Angka 2021. Bandung: BPS Bandung.
- [2] Takdir, Dedy. (2017). *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Wijana Mahadi Karya.
- [3] Hootsuite. (2022). Digital October 2022 Global Statshot Report. Information Technology/Indonesia.
- [4] Utari, Rahmania dan Surya, Priadi. (2011). *English Correspondence for Educational Management*. Dept. of Educ. Administration UNY, Yogyakarta.
- [5] Jamaludin, Agus dan Juhartono, Tjipto. (2022). Penyuluhan Kewirausahaan bagi Pedagang Kuliner RT 01/RW01 Pondok Kopi Jakarta Timur. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 05 No. 03, Mei-Juni 2022. Hal: 313-321.
- [6] Purwanto, Riyadi; HafSarah, Ratih; Somantri, Oman; Perdanawanti, Linda dan Fadilah. 2022. Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Informasi Pemasaran Online Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Petani Hortikultura Cilacap. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, p-ISSN 2614-574X, e-ISSN 2615-4749. Vol. 05 No. 03, Mei-Juni 2022, Hal: 287-296.