

**Pendampingan Bahasa Inggris bagi Pelaku UMKM Desa Tropodo, Kabupaten Sidoarjo,
untuk Mendukung Promosi Produk dan Daya Saing Usaha**

Fabiola Dharmawanti Kurnia

Universitas PGRI Delta
fabkurnia@gmail.com

Siti Aisyah

Universitas PGRI Delta
siti.aisyah.yes@gmail.com

Lailatul Musyarofah

Universitas PGRI Delta
ibulaila7810@gmail.com

Yuliyanto Sabat

Universitas PGRI Delta
sabatkeren@gmail.com

Christiana Subagyo

Universitas PGRI Delta
chrissub@gmail.com

Islahun Ni'mah

Universitas PGRI Delta
islahnimah@gmail.com

ABSTRAK

Desa Tropodo, Kabupaten Sidoarjo, merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup pesat, khususnya pada sektor makanan olahan, kerajinan, dan jasa rumahan. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam mempromosikan produk secara lebih luas, terutama dalam pemanfaatan Bahasa Inggris untuk kebutuhan promosi, pelabelan, dan komunikasi dasar dengan konsumen luar daerah maupun luar negeri. Keterbatasan ini berdampak pada sempitnya jangkauan pasar dan rendahnya daya saing usaha.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi pelaku UMKM Desa Tropodo melalui program pendampingan Bahasa Inggris praktis yang berorientasi pada promosi produk dan penguatan daya saing usaha. Metode pelaksanaan meliputi analisis kebutuhan mitra, penyusunan modul Bahasa Inggris bisnis sederhana, pelatihan partisipatif, pendampingan praktik promosi, serta evaluasi peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Materi difokuskan pada Bahasa Inggris untuk promosi produk, pembuatan deskripsi produk, komunikasi dasar dengan konsumen, serta pemanfaatan Bahasa Inggris dalam media promosi.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman kosakata promosi, kemampuan menyusun deskripsi produk sederhana, serta kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan Bahasa Inggris sebagai sarana pendukung usaha. Program ini tidak hanya memperkuat aspek

linguistik, tetapi juga menumbuhkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya literasi Bahasa Inggris sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Kegiatan ini berkontribusi pada upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat desa dan direkomendasikan untuk dikembangkan secara berkelanjutan melalui sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan komunitas UMKM.

Kata kunci: pengabdian kepada masyarakat, UMKM, Bahasa Inggris praktis, promosi produk, pemberdayaan ekonomi, Desa Tropodo.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat desa sekaligus penopang utama ekonomi nasional. UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi sarana aktualisasi potensi lokal, penguatan ekonomi keluarga, dan penggerak ekonomi berbasis komunitas. Dalam konteks Kabupaten Sidoarjo, keberadaan UMKM sangat strategis karena wilayah ini memiliki kedekatan geografis dengan pusat industri, perdagangan, dan jalur distribusi regional. Kondisi ini membuka peluang besar bagi UMKM desa untuk berkembang, memperluas pasar, dan meningkatkan nilai tambah produk.

Desa Tropodo merupakan salah satu desa di Kabupaten Sidoarjo yang memiliki dinamika UMKM cukup tinggi. Pelaku UMKM di desa ini bergerak dalam berbagai bidang, seperti produksi makanan olahan, usaha katering rumahan, kerajinan tangan, konveksi skala kecil, dan jasa pendukung rumah tangga. Berdasarkan observasi awal dan diskusi dengan pemerintah desa serta perwakilan pelaku UMKM, diketahui bahwa sebagian besar usaha dikelola secara mandiri atau berbasis keluarga dengan skala produksi terbatas, namun memiliki potensi pengembangan pasar yang cukup besar.

Meskipun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan promosi dan pemasaran yang memadai. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, penjualan langsung di lingkungan sekitar, dan penggunaan media sosial secara terbatas. Dalam beberapa tahun terakhir, meningkatnya penggunaan platform digital sebenarnya membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, keterbatasan literasi Bahasa Inggris menjadi salah satu faktor penghambat utama, terutama ketika pelaku UMKM ingin memasarkan produk melalui platform daring, menjangkau konsumen luar daerah, atau mengikuti pameran dan jejaring usaha yang melibatkan mitra nonlokal.

Bahasa Inggris memiliki peran strategis dalam dunia usaha, tidak hanya sebagai alat komunikasi lintas negara, tetapi juga sebagai sarana membangun citra produk, meningkatkan profesionalitas promosi, dan memperluas jejaring. Dalam konteks UMKM, penguasaan Bahasa Inggris dasar dapat dimanfaatkan untuk menulis deskripsi produk, label kemasan, konten promosi, serta merespons pertanyaan konsumen. Namun realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Desa Tropodo belum memiliki kepercayaan diri dan keterampilan yang cukup untuk menggunakan Bahasa Inggris, bahkan dalam bentuk yang sangat sederhana.

Keterbatasan ini berdampak pada sempitnya jangkauan pasar dan rendahnya daya saing usaha. Produk UMKM yang sebenarnya memiliki kualitas baik dan karakteristik lokal yang kuat belum mampu diposisikan secara optimal sebagai produk yang siap bersaing di pasar yang lebih luas. Dalam diskusi awal, beberapa pelaku UMKM menyampaikan bahwa mereka merasa ragu ketika diminta membuat label berbahasa Inggris atau berkomunikasi dengan calon pembeli dari luar daerah. Keraguan ini tidak hanya berakar pada keterbatasan kosakata, tetapi juga pada rendahnya kepercayaan diri dan minimnya pengalaman pendampingan.

Selain itu, pelatihan yang pernah diikuti pelaku UMKM cenderung lebih berfokus pada aspek produksi dan manajemen sederhana, sementara penguatan literasi Bahasa Inggris praktis belum menjadi perhatian utama. Padahal, dalam era digital dan ekonomi kreatif, promosi produk tidak lagi hanya mengandalkan kualitas fisik, tetapi juga narasi, visual, dan komunikasi yang mampu menjangkau konsumen lintas wilayah. Bahasa Inggris menjadi bagian integral dari strategi branding dan pemasaran, bahkan untuk UMKM skala desa.

Dalam kerangka pengabdian kepada masyarakat, kondisi tersebut menuntut adanya program pendampingan yang tidak hanya bersifat sosialisasi atau pelatihan singkat, tetapi dirancang secara kontekstual, aplikatif, dan berorientasi pada pemberdayaan. Pendampingan Bahasa Inggris bagi pelaku UMKM perlu diarahkan pada kebutuhan riil, seperti penyusunan deskripsi produk, pembuatan konten promosi sederhana, dan praktik komunikasi dasar. Dengan demikian, Bahasa Inggris tidak diposisikan sebagai mata pelajaran, melainkan sebagai alat strategis untuk mendukung pengembangan usaha.

Pengabdian ini berangkat dari paradigma pemberdayaan ekonomi masyarakat, yang menekankan penguatan kapasitas pelaku usaha sebagai aktor utama pembangunan desa. Pendampingan Bahasa Inggris dirancang sebagai bagian dari upaya memperluas akses pasar, meningkatkan profesionalitas promosi, dan memperkuat daya saing UMKM Desa Tropodo. Program ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kemampuan linguistik, tetapi juga membangun kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya literasi Bahasa Inggris dalam pengembangan usaha berkelanjutan.

Berdasarkan analisis situasi, permasalahan prioritas mitra dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. rendahnya literasi Bahasa Inggris praktis pelaku UMKM
2. keterbatasan kemampuan promosi produk berbasis Bahasa Inggris
3. rendahnya kepercayaan diri dalam berkomunikasi dengan konsumen non-lokal
4. belum adanya model pendampingan Bahasa Inggris yang terintegrasi dengan pengembangan usaha

Bertolak dari permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk:

1. mendampingi pelaku UMKM Desa Tropodo dalam meningkatkan literasi Bahasa Inggris praktis
2. memperkuat kemampuan promosi produk melalui penyusunan deskripsi dan konten sederhana
3. meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan pelaku UMKM dalam memanfaatkan Bahasa Inggris sebagai sarana pendukung usaha
4. mengembangkan model pendampingan Bahasa Inggris berbasis kebutuhan UMKM desa

Solusi yang ditawarkan berupa program pendampingan partisipatif yang mengintegrasikan pelatihan, praktik langsung, dan refleksi usaha. Program ini menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif yang belajar melalui pengalaman, diskusi, dan produksi konten nyata. Dengan pendekatan ini, pengabdian diharapkan mampu menghasilkan dampak yang tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga fungsional dan berkelanjutan, sehingga pelaku UMKM Desa Tropodo memiliki bekal awal untuk memperluas promosi dan meningkatkan daya saing produk mereka.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan pendampingan partisipatif yang menempatkan pelaku UMKM Desa Tropodo sebagai

subjek utama kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa pendampingan Bahasa Inggris tidak berhenti pada pemberian materi, tetapi menjadi proses pemberdayaan yang menguatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mempromosikan produk dan meningkatkan daya saing usaha. Program dirancang fleksibel, kontekstual, dan terintegrasi dengan aktivitas usaha sehari-hari mitra.

Secara umum, metode pelaksanaan dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu: (1) analisis kebutuhan dan pemetaan potensi UMKM, (2) perancangan program dan pengembangan perangkat pendampingan, (3) implementasi pelatihan dan pendampingan promosi, (4) evaluasi peningkatan kapasitas pelaku UMKM, dan (5) refleksi serta perencanaan keberlanjutan program.

1. Tahap Analisis Kebutuhan dan Pemetaan Potensi UMKM

Tahap awal difokuskan pada identifikasi karakteristik UMKM Desa Tropodo melalui observasi lapangan, wawancara dengan perangkat desa dan pelaku UMKM, serta diskusi kelompok terarah. Kegiatan ini bertujuan memetakan jenis usaha, pola promosi yang telah dilakukan, tingkat literasi Bahasa Inggris, serta tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam memasarkan produk.

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM memasarkan produk secara lokal dan mengandalkan media sosial tanpa strategi konten yang terstruktur. Pelaku UMKM memiliki minat tinggi untuk meningkatkan promosi, namun merasa kurang percaya diri menggunakan Bahasa Inggris untuk menulis deskripsi produk, label kemasan, maupun merespons pertanyaan konsumen. Temuan ini menjadi dasar perancangan konten pendampingan yang berorientasi pada Bahasa Inggris praktis untuk promosi.

2. Tahap Perancangan Program dan Pengembangan Perangkat Pendampingan

Berdasarkan hasil pemetaan, tim pengabdian menyusun desain program pendampingan Bahasa Inggris praktis berbasis promosi produk. Perancangan dilakukan secara kolaboratif dengan perwakilan pelaku UMKM dan pemerintah desa agar sesuai dengan kebutuhan lapangan dan potensi lokal.

Program dirancang mencakup empat komponen utama:

1. penguatan kosakata promosi dan branding sederhana
2. penyusunan deskripsi produk dan slogan singkat
3. komunikasi dasar dengan konsumen
4. praktik penggunaan Bahasa Inggris dalam media promosi

Tim mengembangkan modul pendampingan, lembar kerja, template deskripsi produk, serta instrumen evaluasi pre-test dan post-test. Materi dirancang sederhana, visual, dan aplikatif agar mudah diadaptasi oleh pelaku UMKM.

3. Tahap Implementasi Pelatihan dan Pendampingan

Implementasi dilakukan selama delapan sesi intensif yang dilaksanakan secara bertahap di balai desa dan lokasi UMKM. Peserta kegiatan berjumlah 20 pelaku UMKM yang bergerak di sektor makanan, kerajinan, dan jasa.

Model kegiatan mengintegrasikan pelatihan klasikal interaktif, praktik individual, kerja kelompok kecil, dan pendampingan langsung terhadap produk masing-masing peserta. Setiap sesi diawali dengan diskusi kebutuhan promosi, dilanjutkan dengan pembelajaran kosakata dan struktur sederhana, praktik penyusunan konten, serta refleksi usaha.

Pendampingan menekankan pada produksi output nyata, seperti:

1. deskripsi produk berbahasa Inggris sederhana
2. label kemasan
3. caption promosi
4. simulasi komunikasi dengan konsumen.

Tim memberikan umpan balik langsung terhadap konten yang dihasilkan peserta. Pendampingan bersifat dialogis, menyesuaikan karakter usaha masing-masing mitra.

4. Khalayak Sasaran, Waktu, dan Lokasi Kegiatan

Khalayak sasaran adalah pelaku UMKM Desa Tropodo, Kabupaten Sidoarjo, dengan rentang usia 23–55 tahun, dan mayoritas merupakan pemilik usaha rumahan. Kegiatan dilaksanakan selama dua bulan pada Juli–Agustus 2026. Lokasi kegiatan meliputi Balai Desa Tropodo dan beberapa lokasi UMKM sebagai bagian dari pendampingan kontekstual.

5. Tahap Evaluasi Peningkatan Kapasitas

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test literasi Bahasa Inggris promosi, observasi praktik, serta penilaian produk promosi yang dihasilkan. Evaluasi juga mencakup aspek afektif, seperti kepercayaan diri dan keberanian berkomunikasi.

6. Tahap Refleksi dan Keberlanjutan Program

Tahap akhir meliputi refleksi bersama pelaku UMKM dan pemerintah desa untuk menyusun rencana keberlanjutan, termasuk pembentukan komunitas belajar UMKM, pendampingan lanjutan, dan integrasi Bahasa Inggris promosi dalam program pemberdayaan desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan hasil pelaksanaan program pendampingan Bahasa Inggris bagi pelaku UMKM Desa Tropodo, Kabupaten Sidoarjo, serta pembahasan mengenai capaian kegiatan berdasarkan indikator peningkatan literasi Bahasa Inggris praktis, kemampuan promosi produk, kesiapan pelaku UMKM memanfaatkan Bahasa Inggris, serta dampaknya terhadap daya saing usaha. Paparan hasil disusun secara deskriptif dan reflektif untuk menampilkan proses, perubahan, serta nilai kebermanfaatan program bagi mitra.

1. Deskripsi Pelaksanaan Kegiatan

Program pendampingan Bahasa Inggris dilaksanakan selama delapan sesi intensif dengan tingkat kehadiran peserta yang relatif stabil. Dari 20 pelaku UMKM yang terdaftar, rata-rata 17–19 peserta hadir pada setiap sesi. Peserta berasal dari berbagai sektor usaha, antara lain makanan olahan, minuman rumahan, kerajinan tangan, konveksi kecil, dan jasa pendukung rumah tangga. Variasi latar belakang usaha ini memberikan dinamika tersendiri dalam proses pendampingan, karena setiap peserta membawa kebutuhan promosi yang berbeda.

Kegiatan diawali dengan pre-test literasi Bahasa Inggris promosi dan diskusi pemetaan kebutuhan usaha. Hasil awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki kosakata sangat terbatas, kesulitan menyusun deskripsi produk, dan cenderung menghindari penggunaan Bahasa Inggris dalam promosi. Beberapa pelaku UMKM mengaku hanya menyalin teks dari internet tanpa memahami maknanya, sehingga konten promosi yang digunakan tidak mencerminkan identitas produk.

Pada tahap implementasi, pendampingan dilakukan secara bertahap dan berbasis praktik. Setiap sesi difokuskan pada produksi konten nyata, seperti penyusunan nama produk, tagline sederhana, deskripsi produk, dan simulasi komunikasi dengan konsumen. Pendampingan individual diberikan untuk membantu peserta menyesuaikan Bahasa Inggris dengan karakter produk masing-masing. Suasana kegiatan bersifat dialogis dan kolaboratif, sehingga peserta tidak hanya belajar dari fasilitator, tetapi juga dari sesama pelaku UMKM.

Seiring berjalannya kegiatan, terlihat perubahan signifikan dalam partisipasi. Peserta yang pada awalnya pasif mulai aktif bertanya, mendiskusikan istilah promosi, dan mencoba menggunakan ungkapan Bahasa Inggris sederhana. Beberapa pelaku UMKM membawa contoh kemasan baru dan konten media sosial untuk dikonsultasikan, menunjukkan meningkatnya kesadaran akan pentingnya promosi berbasis Bahasa Inggris.

2. Hasil Evaluasi Peningkatan Literasi Bahasa Inggris Promosi

Evaluasi dilakukan melalui perbandingan pre-test dan post-test, observasi praktik, serta analisis produk promosi yang dihasilkan peserta. Secara umum, hasil menunjukkan adanya peningkatan yang konsisten pada aspek kosakata promosi, kemampuan menyusun deskripsi produk sederhana, dan pemahaman fungsi Bahasa Inggris dalam konteks usaha.

Pada awal kegiatan, sebagian besar peserta hanya mampu mengenali kata-kata umum seperti *product*, *good*, atau *cheap*, tanpa mampu mengembangkan deskripsi. Setelah pendampingan, peserta mampu menyusun kalimat sederhana yang memuat informasi produk, keunggulan, dan cara penggunaan. Deskripsi produk yang dihasilkan mencerminkan identitas usaha masing-masing, misalnya pada produk makanan, peserta mampu menuliskan komposisi dasar, rasa, dan keunikan lokal.

Selain itu, kemampuan memahami teks promosi juga meningkat. Peserta mulai mampu membaca dan memodifikasi contoh deskripsi produk serta menyesuaikannya dengan kebutuhan usaha. Peningkatan ini menunjukkan bahwa literasi Bahasa Inggris praktis dapat dikembangkan secara efektif melalui pendekatan pendampingan berbasis produk nyata.

Dari sisi praktik komunikasi, simulasi interaksi dengan konsumen menunjukkan peningkatan kepercayaan diri. Peserta yang awalnya enggan berbicara mulai berani memperkenalkan produk, menyebutkan harga, dan menjawab pertanyaan sederhana. Walaupun struktur bahasa masih sederhana, keberanian menggunakan Bahasa Inggris merupakan capaian penting dalam konteks pemberdayaan UMKM.

3. Penguatan Kapasitas Promosi Produk

Salah satu hasil utama kegiatan ini adalah dihasilkannya berbagai konten promosi sederhana oleh pelaku UMKM, antara lain deskripsi produk berbahasa Inggris, label kemasan, dan caption media sosial. Produk-produk ini tidak hanya menjadi luaran kegiatan, tetapi juga menjadi media belajar yang berkelanjutan.

Beberapa pelaku UMKM mulai mengintegrasikan Bahasa Inggris ke dalam akun media sosial usaha mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan tidak berhenti di ruang pelatihan, tetapi berdampak langsung pada praktik usaha. Pelaku UMKM juga menyatakan bahwa penggunaan Bahasa Inggris, meskipun sederhana, memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan diri ketika mempromosikan produk.

Penguatan kapasitas promosi tidak hanya tampak pada aspek linguistik, tetapi juga pada kesadaran branding. Diskusi mengenai pemilihan kata, keunikan produk, dan cara menyampaikan pesan mendorong peserta memikirkan kembali identitas usaha mereka. Dengan demikian, pendampingan Bahasa Inggris berfungsi sebagai pintu masuk untuk refleksi usaha dan penguatan strategi promosi.

4. Dampak terhadap Sikap Usaha dan Kepercayaan Diri

Selain peningkatan keterampilan, program ini menghasilkan perubahan pada sikap pelaku UMKM terhadap penggunaan Bahasa Inggris. Jika pada awalnya Bahasa Inggris dipandang sebagai sesuatu yang sulit dan tidak relevan, pada akhir kegiatan peserta mulai melihatnya sebagai alat bantu usaha. Beberapa peserta menyampaikan bahwa mereka kini lebih berani mengikuti pameran, menjalin komunikasi daring, dan mencoba memperluas pasar.

Kepercayaan diri meningkat seiring keberhasilan peserta menghasilkan konten promosi sendiri. Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam pendampingan membuat peserta merasa dihargai sebagai pelaku usaha yang memiliki pengalaman berharga. Hal ini penting dalam kerangka pemberdayaan, karena perubahan sikap dan rasa percaya diri merupakan modal utama dalam pengembangan UMKM.

5. Kendala Pelaksanaan dan Upaya Pemecahan

Pelaksanaan kegiatan menghadapi beberapa kendala. Pertama, perbedaan latar belakang pendidikan menyebabkan variasi kemampuan literasi. Untuk mengatasi hal ini, pendampingan dilakukan secara bertingkat dan individual. Kedua, keterbatasan waktu pelaku UMKM yang harus membagi waktu dengan produksi diatasi melalui penjadwalan fleksibel dan pemanfaatan pertemuan daring pendukung. Ketiga, kecenderungan peserta menyalin teks dari internet diatasi dengan penekanan pada pemahaman makna dan penyesuaian konten. Fasilitator mendorong peserta menyusun kalimat sendiri agar lebih sesuai dengan produk.

6. Pembahasan: Pendampingan Bahasa Inggris sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan Bahasa Inggris praktis dapat menjadi strategi efektif dalam pemberdayaan UMKM desa. Program ini menegaskan bahwa literasi Bahasa Inggris tidak harus diajarkan secara akademik, tetapi dapat diintegrasikan dengan aktivitas usaha. Dengan pendekatan berbasis produk, Bahasa Inggris menjadi sarana penguatan identitas usaha dan perluasan peluang pasar.

Pendampingan ini juga memperlihatkan bahwa pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi harus menyentuh aspek kapasitas, sikap, dan jejaring. Kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan komunitas UMKM membuka ruang bagi pengembangan program berkelanjutan yang tidak hanya meningkatkan keterampilan, tetapi juga memperkuat ekosistem usaha desa. Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa program ini berkontribusi nyata terhadap penguatan promosi produk, peningkatan kepercayaan diri, dan kesiapan pelaku UMKM memanfaatkan Bahasa Inggris sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan Bahasa Inggris bagi pelaku UMKM Desa Tropodo, Kabupaten Sidoarjo, telah memberikan kontribusi nyata dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat desa, khususnya pada aspek penguatan kapasitas promosi

produk dan peningkatan daya saing usaha. Kegiatan ini dirancang dan dilaksanakan berdasarkan analisis kebutuhan mitra, dengan menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek utama pendampingan. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif, kontekstual, dan berbasis praktik mampu menjembatani kesenjangan literasi Bahasa Inggris yang selama ini menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan UMKM.

Secara substansial, kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi Bahasa Inggris praktis pelaku UMKM, terutama yang berkaitan dengan kosakata promosi, penyusunan deskripsi produk, dan komunikasi dasar dengan konsumen. Peningkatan ini tidak hanya tercermin pada hasil evaluasi awal dan akhir, tetapi juga terlihat pada kemampuan peserta menghasilkan konten promosi sederhana yang sesuai dengan karakter produk masing-masing. Pelaku UMKM yang sebelumnya bergantung pada teks hasil salinan tanpa pemahaman, mulai mampu menyusun sendiri deskripsi produk, label, dan caption promosi dengan struktur sederhana namun bermakna. Capaian ini penting karena menunjukkan bahwa literasi Bahasa Inggris dapat dikembangkan secara efektif apabila diintegrasikan langsung dengan kebutuhan usaha.

Lebih jauh, program ini memberikan dampak signifikan pada penguatan kapasitas promosi produk. Pendampingan yang berorientasi pada produksi output nyata seperti deskripsi produk, label kemasan, dan konten media sosial mendorong pelaku UMKM untuk melihat Bahasa Inggris sebagai alat strategis dalam membangun citra produk dan memperluas jangkauan pasar. Beberapa pelaku UMKM mulai mengintegrasikan Bahasa Inggris dalam aktivitas promosi mereka, baik secara daring maupun luring. Hal ini menunjukkan bahwa program tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi mulai memengaruhi praktik usaha secara langsung.

Dari sisi pemberdayaan, perubahan sikap dan kepercayaan diri pelaku UMKM merupakan salah satu capaian paling signifikan. Pada awal kegiatan, Bahasa Inggris dipersepsikan sebagai sesuatu yang sulit, menakutkan, dan tidak relevan. Melalui pendampingan bertahap, dialogis, dan nonmenghakimi, pelaku UMKM mulai berani mencoba, bertanya, dan mempraktikkan Bahasa Inggris dalam konteks usaha. Keberanian untuk menggunakan Bahasa Inggris, meskipun masih sederhana, menjadi indikator penting tumbuhnya rasa percaya diri dan kesiapan untuk beradaptasi dengan tuntutan pasar yang semakin kompetitif. Dalam kerangka pengabdian kepada masyarakat, perubahan sikap ini merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan dampak program.

Program ini juga menunjukkan bahwa pendampingan Bahasa Inggris dapat menjadi pintu masuk untuk refleksi usaha yang lebih luas. Diskusi mengenai pemilihan kata, keunikan produk, dan penyusunan pesan promosi mendorong pelaku UMKM untuk memikirkan kembali identitas usaha, nilai tambah produk, dan strategi pemasaran. Dengan demikian, pendampingan Bahasa Inggris tidak hanya memperkuat aspek linguistik, tetapi juga memicu proses pembelajaran usaha yang lebih kritis dan terarah. Hal ini mempertegas bahwa literasi Bahasa Inggris dalam konteks UMKM tidak berdiri sendiri, melainkan terintegrasi dengan upaya penguatan branding, pemasaran, dan pengembangan produk.

Selain dampak pada pelaku UMKM, kegiatan ini juga memberikan kontribusi terhadap penguatan peran pemerintah desa dan komunitas UMKM sebagai mitra pemberdayaan. Keterlibatan perangkat desa dalam fasilitasi kegiatan membuka ruang sinergi antara perguruan tinggi dan pemerintah desa dalam mengembangkan program peningkatan kapasitas UMKM. Melalui proses pendampingan, terbangun kesadaran kolektif bahwa penguatan literasi Bahasa Inggris merupakan bagian dari strategi pengembangan ekonomi desa. Sinergi ini menjadi modal penting untuk pengembangan program lanjutan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Meskipun demikian, pelaksanaan program ini juga memberikan pelajaran penting mengenai kompleksitas pendampingan UMKM. Variasi latar belakang pendidikan, jenis usaha, dan

ketersediaan waktu peserta menuntut fleksibilitas dalam perancangan dan implementasi kegiatan. Pendampingan yang efektif tidak dapat diseragamkan, melainkan perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan ritme masing-masing pelaku usaha. Pengalaman ini menegaskan bahwa pengabdian kepada masyarakat, khususnya di bidang pemberdayaan ekonomi, membutuhkan pendekatan adaptif, komunikasi intensif, dan komitmen untuk membangun relasi jangka panjang dengan mitra.

Berdasarkan capaian dan refleksi tersebut, program ini menghasilkan sejumlah rekomendasi strategis untuk keberlanjutan. Pertama, pendampingan Bahasa Inggris perlu diintegrasikan ke dalam program pemberdayaan UMKM desa secara rutin, misalnya melalui pembentukan komunitas belajar UMKM atau kelas pendampingan berkala. Kedua, perlu dilakukan pelatihan lanjutan yang lebih terfokus pada pengembangan konten promosi digital, komunikasi pemasaran, dan pengemasan produk. Ketiga, sinergi dengan pihak lain, seperti dinas terkait, platform pemasaran daring, dan komunitas bisnis, perlu diperluas agar pelaku UMKM memperoleh akses jejaring yang lebih luas.

Keberlanjutan program juga dapat diperkuat melalui pengembangan modul praktis dan media pendampingan yang dapat digunakan secara mandiri oleh pelaku UMKM. Dengan demikian, proses belajar tidak berhenti ketika kegiatan pengabdian selesai, tetapi terus berlanjut sebagai bagian dari budaya pengembangan usaha. Selain itu, pembentukan forum komunikasi pelaku UMKM Desa Tropodo dapat menjadi wadah berbagi praktik baik, tantangan, dan peluang usaha, sekaligus memperkuat solidaritas dan kolaborasi antarpelaku usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menegaskan bahwa pendampingan Bahasa Inggris bagi pelaku UMKM desa merupakan strategi yang relevan dan efektif untuk mendukung promosi produk dan meningkatkan daya saing usaha. Program ini memperlihatkan bahwa literasi Bahasa Inggris tidak harus diajarkan secara formal dan akademik, tetapi dapat dikemas sebagai keterampilan fungsional yang langsung terhubung dengan kebutuhan usaha. Dengan pendekatan yang tepat, Bahasa Inggris dapat menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi yang memperluas peluang, meningkatkan profesionalitas, dan memperkuat posisi UMKM dalam ekosistem pasar yang semakin terbuka.

Akhirnya, pengabdian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek bagi pelaku UMKM Desa Tropodo, tetapi juga menjadi model praktik baik bagi pengembangan program serupa di desa-desa lain di Kabupaten Sidoarjo. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan komunitas UMKM mampu menghasilkan intervensi yang bermakna. Oleh karena itu, pendampingan Bahasa Inggris sebagai bagian dari strategi pemberdayaan ekonomi desa patut dikembangkan secara lebih luas, sistematis, dan berkelanjutan, sehingga kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat semakin optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Tropodo, Kabupaten Sidoarjo, atas dukungan, fasilitasi, dan kerja sama yang sangat konstruktif selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi setinggi-tingginya juga disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM Desa Tropodo yang telah berpartisipasi secara aktif, terbuka, dan kooperatif dalam setiap tahapan pendampingan, mulai dari pemetaan kebutuhan, pelatihan, hingga praktik promosi produk.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas PGRI Delta melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan akademik, administratif, dan pendanaan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan berkelanjutan.

Tim pengabdian juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan moral dan teknis sehingga kegiatan pendampingan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan UMKM Desa Tropodo.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, W. K., & Prasetyo, H. (2021). Pemberdayaan UMKM berbasis komunitas desa. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2), 145–156.

Anwar, M., & Fitria, D. (2022). Pendampingan promosi digital UMKM berbasis literasi. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 6(1), 33–44.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. (2023). Profil UMKM Kabupaten Sidoarjo.
Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi. (2021). Penguatan UMKM melalui pendidikan dan pelatihan.

Handayani, R., & Yuliana, N. (2023). Strategi pemberdayaan UMKM desa melalui pendampingan terpadu. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 52–64.

Hapsari, N., & Widodo, A. (2020). Model pendampingan UMKM berbasis potensi lokal. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 87–98.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Roadmap pengembangan UMKM 2021–2024.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2022). Kebijakan pengabdian kepada masyarakat berbasis pemberdayaan.

Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2020). *The adult learner* (9th ed.). Routledge.
Nugroho, A., & Rahmawati, Y. (2021). Functional English for small business empowerment. *Indonesian Journal of Community Engagement*, 6(2), 89–101.

OECD. (2021). Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy.
Prasetyo, B., & Kurniawan, D. (2024). Literasi bisnis dan penguatan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 1–13.

Putri, D. A., & Hidayat, M. (2023). Community empowerment through entrepreneurial literacy. *Journal of Nonformal Education Studies*, 9(2), 144–156.

Rahman, F., & Sari, L. P. (2022). Pendampingan UMKM berbasis kebutuhan pasar. *Jurnal Abdimas Humaniora*, 5(1), 61–72.

Widodo, H. P., & Allamnakhrah, A. (2020). Language education for community economic empowerment. *Asian EFL Journal*, 27(4), 45–61.