

**PELATIHAN
ENTREPRENEUR
MUDA MELALUI
DIGITAL MARKETING
DAN *ENGLISH FOR
BUSINESS* BAGI
GENERASI MUDA
NAHDLATUL ULAMA**

Ade Christanty Yudha Bestari¹, Dinar Faiza², Adityo Nugroho³, Meilina Haris Mayekti⁴

^{1,2,4}Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

³Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

Article history

Received : June 5, 2026

Revised : June 19, 2026

Accepted : June 23, 2026

***Corresponding author**

Ade Christanty Yudha Bestari

Email: acy.bestari@gmail.com

No Hp (WA): 081293854132

Abstraksi

Perkembangan ekonomi digital menuntut generasi muda memiliki kompetensi kewirausahaan yang didukung oleh kemampuan pemasaran digital dan komunikasi internasional. Namun, anggota IPNU dan IPPNU Ranting Kalibangkang, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen masih menghadapi keterbatasan dalam pengembangan usaha serta penguasaan Bahasa Inggris yang relevan dengan aktivitas bisnis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi entrepreneur muda melalui pelatihan digital marketing dan implementasi *English for Business*. Metode pelaksanaan meliputi tahap koordinasi, identifikasi kebutuhan mitra, sosialisasi, pelatihan, praktik, dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan secara hybrid dan daring dengan melibatkan anggota IPNU dan IPPNU sebagai peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep kewirausahaan, strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta pemanfaatan kosakata dan ekspresi Bahasa Inggris dalam konteks bisnis. Program ini juga meningkatkan motivasi peserta untuk mengembangkan usaha berbasis digital secara mandiri. Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi dalam penguatan kapasitas generasi muda desa dalam menghadapi tantangan ekonomi digital dan globalisasi.

Kata Kunci: entrepreneur muda; digital marketing; English for Business; IPNU-IPPNU; pengabdian masyarakat

Abstract

The development of the digital economy requires young people to possess entrepreneurial competencies supported by digital marketing and international communication skills. However, members of IPNU and IPPNU Kalibangkang, Ayah District, Kebumen Regency, still face limitations in business development and English proficiency related to business activities. This community service program aimed to improve young entrepreneurs' competencies through digital marketing training and the implementation of English for Business. The program was conducted through several stages, including coordination, needs assessment, socialization, training, practice, and evaluation. The activities were carried out using hybrid and online approaches involving members of IPNU and IPPNU as participants. The results indicated an improvement in participants' understanding of entrepreneurship concepts, digital marketing strategies, the use of social media for promotion, and the application of English vocabulary and expressions in business contexts. Furthermore, the program increased participants' motivation to develop digital-based businesses independently. This community service activity contributed to strengthening the capacity of rural youth in facing the challenges of the digital economy and globalization.

Keywords: young entrepreneur; digital marketing; English for Business; community service; youth empowerment.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk sektor ekonomi dan

kewirausahaan. Transformasi digital mendorong munculnya berbagai peluang usaha baru yang dapat dijalankan secara lebih efektif melalui pemanfaatan teknologi digital. Digital marketing menjadi salah satu strategi yang banyak

digunakan oleh pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperkuat daya saing produk di tengah persaingan global (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Selain kemampuan pemasaran digital, penguasaan Bahasa Inggris juga menjadi kompetensi penting dalam era globalisasi. Bahasa Inggris berfungsi sebagai bahasa internasional yang digunakan dalam komunikasi bisnis, perdagangan, promosi produk, dan akses informasi global (Crystal, 2012). Kemampuan berbahasa Inggris memberikan peluang lebih besar bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan profesionalitas dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan mitra bisnis.

Generasi muda memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Melalui kreativitas, inovasi, dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi, generasi muda dapat menjadi agen perubahan dalam pengembangan kewirausahaan berbasis digital. Oleh karena itu, diperlukan berbagai program pemberdayaan yang mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan sekaligus keterampilan komunikasi global bagi kalangan pemuda.

IPNU dan IPPNU Ranting Kalibangkring merupakan organisasi kepemudaan Nahdlatul Ulama yang beranggotakan pelajar dan pemuda di Desa Kalibangkring, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa sebagian besar anggota organisasi belum memiliki pengalaman berwirausaha serta memiliki keterbatasan dalam penggunaan Bahasa Inggris untuk mendukung aktivitas bisnis. Kondisi ini menjadi tantangan sekaligus peluang untuk mengembangkan kapasitas sumber daya manusia melalui kegiatan pelatihan yang terintegrasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk menjawab kebutuhan tersebut melalui pelatihan entrepreneur muda yang mengintegrasikan konsep digital marketing dan English for Business. Pendekatan ini dipilih karena kewirausahaan modern tidak hanya membutuhkan kemampuan mengelola usaha, tetapi juga kemampuan memasarkan produk

secara digital serta berkomunikasi secara efektif dalam lingkungan bisnis global.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan mampu meningkatkan motivasi dan kemampuan individu dalam mengembangkan usaha (Kuratko, 2020). Selain itu, integrasi digital marketing dalam pelatihan kewirausahaan terbukti meningkatkan kesiapan peserta dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital (Ryan, 2017). Dalam konteks pendidikan bahasa, English for Business juga telah menjadi salah satu pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kompetensi komunikasi profesional yang relevan dengan dunia kerja dan bisnis (Ellis & Johnson, 2014).

Kondisi Awal Mitra yaitu IPNU dan IPPNU Ranting Kalibangkring merupakan organisasi kepemudaan yang beranggotakan pelajar dan pemuda di Desa Kalibangkring. Sebagai organisasi yang relatif baru berdiri, kegiatan yang dilakukan masih berfokus pada pengembangan organisasi dan kegiatan keagamaan. Potensi anggota yang sebagian besar merupakan generasi muda produktif belum sepenuhnya diarahkan pada pengembangan kewirausahaan.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, ditemukan dua permasalahan utama. Pertama, sebagian besar anggota belum memiliki pengalaman dalam mengembangkan usaha mandiri. Kedua, peserta memiliki keterbatasan kemampuan Bahasa Inggris yang dapat digunakan dalam kegiatan bisnis dan pemasaran produk. Kondisi tersebut berpotensi menghambat kesiapan mereka dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital yang semakin kompetitif. Menurut Kuratko (2020), kewirausahaan merupakan proses menciptakan nilai melalui pemanfaatan peluang yang didukung oleh inovasi dan kreativitas. Oleh karena itu, pengembangan kapasitas kewirausahaan sejak usia muda menjadi langkah penting dalam membangun sumber daya manusia yang produktif dan mandiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: (1) meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep entrepreneurship, (2) meningkatkan keterampilan digital marketing sebagai strategi

promosi usaha, dan (3) meningkatkan kemampuan penggunaan Bahasa Inggris dalam konteks bisnis melalui implementasi English for Business.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai November di Desa Kalibangkang, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen dengan sasaran anggota IPNU dan IPPNU Ranting Kalibangkang. Program ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam seluruh tahapan kegiatan. Metode pelaksanaan dirancang secara sistematis melalui lima tahapan, yaitu koordinasi, identifikasi kebutuhan, sosialisasi dan pelatihan, pendampingan praktik, serta evaluasi kegiatan.

Tahap Koordinasi dan Analisis Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui kunjungan lapangan dan diskusi dengan pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Kalibangkang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi organisasi, kebutuhan peserta, serta permasalahan yang dihadapi dalam bidang kewirausahaan dan penguasaan Bahasa Inggris. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota belum memiliki usaha yang berkembang dan masih memiliki keterbatasan kosakata Bahasa Inggris yang dapat digunakan dalam konteks bisnis.

Tahap Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman awal mengenai tujuan program, manfaat kegiatan, serta pentingnya pengembangan kewirausahaan di era digital. Pada tahap ini peserta diberikan gambaran mengenai peluang bisnis digital, tren pemasaran online, serta peran Bahasa Inggris dalam mendukung aktivitas bisnis modern.

Tahap Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara hybrid dan daring dengan memanfaatkan media presentasi, diskusi interaktif, simulasi, dan praktik langsung. Materi pelatihan terdiri atas:

1. Konsep dasar entrepreneurship.
2. Pengembangan jiwa kewirausahaan.

3. Strategi digital marketing.
4. Pemanfaatan media sosial untuk bisnis.
5. Branding dan promosi produk.
6. English for Business.
7. Kosakata bisnis dalam Bahasa Inggris.
8. Praktik komunikasi bisnis sederhana.

Tahap Pendampingan

Setelah pelatihan, peserta memperoleh pendampingan dalam mengembangkan ide usaha, menyusun strategi pemasaran digital, dan mempraktikkan penggunaan Bahasa Inggris dalam promosi produk. Pendampingan dilakukan melalui diskusi kelompok dan konsultasi daring.

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipasi peserta, praktik presentasi *English for Business*, simulasi pemasaran digital, dan diskusi reflektif. Hasil evaluasi digunakan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan dan efektivitas program yang telah dilaksanakan.

PEMBAHASAN

Bagian pembahasan menyajikan analisis terhadap hasil pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang berfokus pada pengembangan entrepreneur muda melalui digital marketing dan implementasi *English for Business* bagi anggota IPNU dan IPPNU Ranting Kalibangkang. Analisis dilakukan dengan mengaitkan temuan selama kegiatan dengan konsep-konsep teoritis serta hasil penelitian terdahulu yang relevan. Pembahasan tidak hanya menggambarkan capaian kegiatan, tetapi juga menginterpretasikan perubahan yang terjadi pada peserta sebagai dampak dari intervensi program. Dengan demikian, bagian ini memberikan gambaran mengenai efektivitas pelatihan dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan, literasi digital, dan kemampuan komunikasi bisnis berbahasa Inggris sebagai modal penting bagi generasi muda dalam menghadapi tantangan ekonomi digital dan globalisasi.



Gambar 1. Pembekalan dan Pelatihan



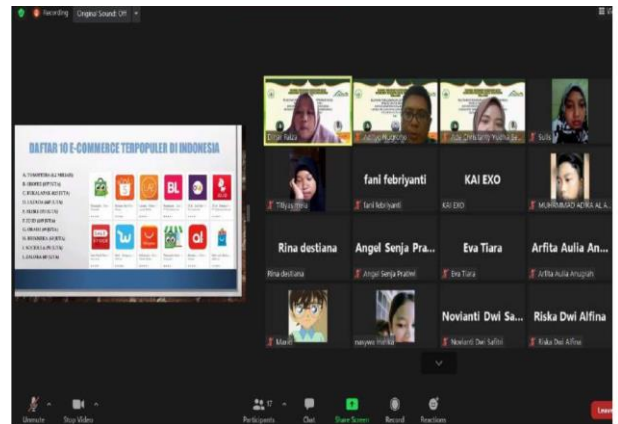
Gambar 2. Foto Bersama kegiatan

A. Peningkatan Kapasitas Entrepreneur Muda melalui Pelatihan Kewirausahaan

Salah satu tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas kewirausahaan anggota IPNU dan IPPNU Ranting Kalibangkang. Berdasarkan hasil observasi selama pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai konsep dasar entrepreneurship, identifikasi peluang usaha, serta pentingnya inovasi dalam pengembangan bisnis. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta belum memiliki pengalaman berwirausaha dan masih menganggap kewirausahaan sebagai aktivitas yang membutuhkan modal besar. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa kewirausahaan dapat dimulai dari pemanfaatan potensi lokal dan kreativitas yang dimiliki.

Peningkatan pemahaman ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu membangun *entrepreneurial mindset* peserta. Menurut Kuratko (2020), pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam

membentuk pola pikir inovatif, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan melihat peluang bisnis. Melalui diskusi dan studi kasus yang diberikan selama pelatihan, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis tetapi juga mampu mengaitkan materi dengan kondisi sosial dan ekonomi di lingkungan mereka.



Gambar 3. Pelatihan lanjutan dan pemaparan digital marketing dalam kewirausahaan

Selain dilaksanakan secara tatap muka dengan peserta, kegiatan pelatihan ini juga dilaksanakan secara Hybrid untuk memperkuat capaian dari pelatihan ini.

Kegiatan ini juga mendukung upaya pemberdayaan generasi muda di pedesaan. Pemuda memiliki potensi besar sebagai agen perubahan yang mampu menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, penguatan kompetensi kewirausahaan pada organisasi kepemudaan seperti IPNU dan IPPNU menjadi strategi yang relevan dalam mendukung pembangunan ekonomi berbasis masyarakat.

B. Efektivitas Digital Marketing sebagai Sarana Pengembangan Usaha

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perilaku konsumen dalam mencari informasi dan melakukan transaksi. Oleh karena itu, penguasaan digital marketing menjadi kebutuhan penting bagi calon entrepreneur. Dalam kegiatan ini peserta diperkenalkan pada konsep digital marketing yang meliputi branding, social media marketing, content marketing, customer engagement, dan strategi promosi digital.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta memiliki antusiasme tinggi terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Sebelum mengikuti kegiatan, sebagian besar peserta menggunakan media sosial hanya untuk kebutuhan komunikasi dan hiburan. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif dan murah untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) yang menyatakan bahwa digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional. Selain itu, penggunaan media sosial memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara produsen dan konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selama sesi praktik, peserta diberikan tugas membuat konten promosi sederhana menggunakan produk yang ada di sekitar mereka. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menyusun caption promosi, memilih gambar produk yang menarik, serta menentukan target konsumen yang sesuai. Kemampuan ini merupakan langkah awal yang penting dalam membangun usaha berbasis digital.

Tabel 1. Perubahan Pemahaman Peserta tentang Digital Marketing

<i>Aspek</i>	<i>Sebelum Pelatihan</i>	<i>Setelah Pelatihan</i>
Pemahaman media sosial sebagai alat bisnis	Rendah	Tinggi
Kemampuan membuat konten promosi	Rendah	Baik
Pemahaman branding produk	Rendah	Baik
Pengetahuan target pasar	Rendah	Meningkat

Motivasi menggunakan media digital	Sedang	Tinggi
------------------------------------	--------	--------

Peningkatan kompetensi tersebut menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dapat menjadi alternatif pemberdayaan masyarakat yang efektif, khususnya bagi generasi muda di wilayah pedesaan yang memiliki keterbatasan akses terhadap pelatihan bisnis profesional.

C. Implementasi English for Business dalam Mendukung Kegiatan Entrepreneurship

Salah satu keunikan program ini adalah integrasi antara pelatihan kewirausahaan dan English for Business. Pendekatan ini dilakukan karena kemampuan berbahasa Inggris menjadi salah satu kompetensi penting dalam dunia bisnis modern. Globalisasi telah menyebabkan aktivitas perdagangan dan pemasaran tidak lagi terbatas pada wilayah lokal, sehingga kemampuan berkomunikasi dalam Bahasa Inggris menjadi nilai tambah bagi pelaku usaha.



Gambar 4. Materi pelatihan

Materi *English for Business* yang diberikan mencakup kosakata bisnis, ungkapan pelayanan pelanggan, deskripsi produk, promosi produk, dan percakapan bisnis sederhana. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan ketertarikan yang tinggi karena materi disajikan secara kontekstual dan langsung dikaitkan dengan aktivitas usaha.

Menurut Ellis dan Johnson (2014), Business English merupakan bagian dari *English for Specific Purposes (ESP)* yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan komunikasi profesional

dalam dunia bisnis. Pendekatan ini lebih efektif dibandingkan pembelajaran Bahasa Inggris umum karena materi yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan penguasaan kosakata bisnis dan keberanian menggunakan Bahasa Inggris dalam situasi sederhana. Walaupun kemampuan peserta masih berada pada tingkat dasar, mereka mampu melakukan presentasi produk sederhana dan simulasi komunikasi dengan pelanggan menggunakan Bahasa Inggris.

Tabel 2. Peningkatan Kompetensi English for Business

<i>Kompetensi</i>	<i>Sebelum Pelatihan</i>	<i>Setelah Pelatihan</i>
Kosakata Bisnis	Terbatas	Meningkat
Deskripsi Produk	Rendah	Baik
Percakapan Bisnis	Rendah	Meningkat
Kepercayaan diri berbicara Bahasa Inggris	Rendah	Meningkat
Motivasi belajar Bahasa Inggris	Sedang	Tinggi

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa integrasi *English for Business* dalam kegiatan pengabdian masyarakat dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing generasi muda, khususnya dalam menghadapi perkembangan ekonomi global.

D. Dampak Program terhadap Pengembangan Sumber Daya Manusia

Selain meningkatkan kompetensi teknis, program ini juga memberikan dampak positif terhadap aspek psikologis peserta. Selama kegiatan berlangsung terlihat adanya peningkatan motivasi, kepercayaan diri, dan kesadaran peserta mengenai pentingnya pengembangan diri.



Gambar 5. Performance peserta pada implementasi English for Business

Peningkatan motivasi ini terlihat dari partisipasi aktif peserta dalam sesi diskusi, praktik, dan evaluasi. Banyak peserta menyampaikan ketertarikannya untuk mulai mencoba usaha kecil-kecilan dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya menghasilkan transfer pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan perilaku peserta.

Temuan ini mendukung penelitian Fayolle dan Gailly (2015) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention* atau minat berwirausaha. Semakin tinggi pemahaman seseorang mengenai kewirausahaan, semakin besar pula peluang munculnya keinginan untuk memulai usaha.

Selain itu, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), khususnya pada tujuan keempat (*Quality Education*) dan tujuan kedelapan (*Decent Work and Economic Growth*). Melalui peningkatan kapasitas kewirausahaan dan literasi digital, generasi muda memperoleh bekal yang lebih baik untuk menciptakan peluang ekonomi secara mandiri.

E. Keberlanjutan Program

Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa model pelatihan yang mengintegrasikan entrepreneurship, digital marketing, dan English for Business memiliki potensi untuk diterapkan

secara berkelanjutan. Namun demikian, keberlanjutan program memerlukan pendampingan lanjutan agar pengetahuan yang diperoleh peserta dapat diimplementasikan secara nyata.

Program tindak lanjut yang dapat dilakukan antara lain pembentukan komunitas entrepreneur muda, pelatihan lanjutan mengenai pembuatan konten digital, pendampingan pemasaran produk melalui marketplace, serta pengembangan kelas English for Business secara berkala. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu mengembangkan usaha yang memberikan dampak ekonomi bagi diri sendiri maupun masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa *Pelatihan Pengembangan Entrepreneur Muda melalui Digital Marketing dan Implementasi English for Business bagi Generasi Muda NU* telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Program ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas generasi muda, khususnya dalam bidang kewirausahaan, pemasaran digital, dan komunikasi bisnis berbahasa Inggris.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai konsep dasar entrepreneurship, identifikasi peluang usaha, pengembangan strategi pemasaran berbasis digital, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan kosakata dan ungkapan Bahasa Inggris yang relevan dengan konteks bisnis melalui implementasi *English for Business*. Peningkatan tersebut terlihat dari kemampuan peserta dalam mendeskripsikan produk, melakukan simulasi komunikasi bisnis sederhana, dan menyusun konten promosi yang lebih menarik.

Program ini juga berhasil meningkatkan motivasi, kepercayaan diri, dan minat peserta

untuk mengembangkan usaha secara mandiri. Integrasi antara materi entrepreneurship, digital marketing, dan English for Business terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam membekali generasi muda dengan kompetensi yang dibutuhkan untuk menghadapi tantangan ekonomi digital dan persaingan global. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktik yang relevan dengan kebutuhan peserta sebagai calon entrepreneur muda.

Dari perspektif pemberdayaan masyarakat, kegiatan ini berkontribusi terhadap penguatan kualitas sumber daya manusia di lingkungan organisasi kepemudaan melalui peningkatan literasi kewirausahaan, literasi digital, dan literasi bahasa. Program ini sekaligus mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), khususnya SDG 4 (*Quality Education*) melalui penyediaan pendidikan dan pelatihan yang berkualitas serta SDG 8 (*Decent Work and Economic Growth*) melalui pengembangan keterampilan kewirausahaan dan peningkatan peluang ekonomi bagi generasi muda.

Berdasarkan hasil kegiatan, disarankan agar program pendampingan dilaksanakan secara berkelanjutan melalui pelatihan lanjutan mengenai pengembangan bisnis digital, pengelolaan media sosial untuk pemasaran, pembuatan konten kreatif, serta peningkatan kompetensi *English for Business*. Selain itu, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk mengetahui tingkat implementasi keterampilan yang telah diperoleh peserta dalam kegiatan usaha yang nyata. Dengan adanya pendampingan yang berkesinambungan, diharapkan anggota IPNU dan IPPNU Ranting Kalibangkang mampu menjadi entrepreneur muda yang inovatif, adaptif, dan kompetitif di era ekonomi digital.

Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil kegiatan, terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat dijadikan rekomendasi bagi pelaksanaan program serupa di masa mendatang:

1. Integrasi pelatihan kewirausahaan, digital marketing, dan English for

- Business dapat menjadi model pemberdayaan pemuda yang efektif di wilayah pedesaan.
- Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang murah, mudah diakses, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda.
 - Penguasaan Bahasa Inggris berbasis kebutuhan bisnis (*English for Business*) dapat meningkatkan daya saing generasi muda dalam menghadapi pasar global.
 - Organisasi kepemudaan seperti IPNU dan IPPNU memiliki potensi besar sebagai agen pemberdayaan ekonomi masyarakat apabila memperoleh pendampingan yang berkelanjutan.
 - Kolaborasi antara perguruan tinggi dan organisasi masyarakat perlu terus diperkuat untuk menciptakan program pengabdian yang memberikan dampak nyata bagi masyarakat.

Bagian kesimpulan ini sudah sesuai dengan karakteristik jurnal pengabdian karena tidak hanya merangkum hasil kegiatan, tetapi juga menampilkan dampak program, kontribusi terhadap SDGs, serta rekomendasi untuk keberlanjutan kegiatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto yang telah memberikan dukungan terhadap pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada IPNU dan IPPNU Ranting Kalibangkang, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen atas kerja sama dan partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, H. D. (2000). *Principles of Language Learning and Teaching* (4th ed.). Longman.
- Brewster, J., Ellis, G., & Girard, D. (2002). *The Primary English Teacher's Guide*. Penguin English.

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.
- Crystal, D. (2012). *English as a Global Language* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Ellis, M., & Johnson, C. (2014). *Teaching Business English*. Oxford University Press.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Gall, M. D., Gall, J. P., & Borg, W. R. (2003). *Educational Research: An Introduction* (7th ed.). Allyn & Bacon.
- Joyce, B., Weil, M., & Calhoun, E. (2000). *Models of Teaching* (6th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kuratko, D. F. (2020). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice* (11th ed.). Cengage Learning.
- Lee, L., & Chuan-Lin, S. (2015). The impact of music activities on foreign language English learning for young learners. *Journal of the European Teacher Education Network*, 10, 13–23.
- Listiawati, F. B., & Aryani, R. (2017). Speaking habit as a strategy to improve students' speaking skill. *English Language and Literature International Conference (ELLiC)*, 1, 107–109.
- Oradee, T. (2012). Developing speaking skill using discussion, problem solving, and role-playing activities. *International Journal of Social Science and Humanity*, 2(6), 533–535.
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing* (4th ed.). Kogan Page.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing* (4th ed.). Sage Publications.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2019). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.