

PELATIHAN BAHASA INGGRIS UNTUK PEREMPUAN WIRAUSAHA DI KAMPUNG HERITAGE KAJOETANGAN, KOTA MALANG

Novitasari¹⁾, Tiara Estu Amanda²⁾, Hiqma Nur Agustina³⁾, Maya Rizki Fauzia⁴⁾,
Nugrahaningtyas Fatma Anyassari⁵⁾, Noverita Wahyuningsih⁵⁾

¹Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: novitasari@polinema.ac.id

²Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: tiaramanda@polinema.ac.id

³Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: hiqma@polinema.ac.id

⁴Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: maya_fauzia8@polinema.ac.id

⁵Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: nfanyassari@polinema.ac.id

⁶Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: noverita@polinema.ac.id

ABSTRACT

City tourism is one of the attractions that can be visited by local and foreign tourists. City tourism has various types of attractions, one of which is a tourist village. Tourism villages can improve the local community's economy and have the competitiveness to become the leading tourism in a city. Kajoetangan Heritage Village, which is located in Malang City, has tourism potential because it has the characteristics of a row of houses with Dutch colonial architecture that are still original and well preserved. In addition, in this tourist village there are also entrepreneurs who are dominated by women. This business has the potential to boost the economy by selling superior products and services to tourists. This training aims to improve the English language skills of women entrepreneurs in offering and selling their products to foreign tourists. As a result, participants are able to demonstrate skills in conducting conversations in English to sell and offer products and services.

Keywords: city tourism, Heritage Kajoetangan, tourist village, promotion, English training.

1. PENDAHULUAN

Kampung Heritage Kajoetangan adalah salah satu destinasi wisata kota Malang yang terletak di pusat kota Malang. Kampung ini ditetapkan menjadi warisan budaya (heritage) oleh Pemerintah Kota Malang sejak 22 April 2018. Kampung ini memiliki ciri khas deretan rumah berarsitektur kolonial Belanda dengan bangunan yang masih asli dan terjaga dan kini menjadi salah

satu tujuan andalan wisata Malang heritage terutama bagi mereka penyuka dan pegiat sejarah atau sekedar berburu lokasi foto dengan konsep klasik. Ada tiga akses masuk menuju Kampung Heritage Kajoetangan. Bisa dari koridor Talun di Jalan Arif Rahman Hakim serta dua akses lainnya dari koridor Kajoetangan di Jalan Basuki Rahmat. Di tiap akses masuk pengunjung dikenai biaya Rp 5 ribu per orang dan pengunjung akan mendapatkan

sebuah postcard yang bergambar salah satu bangunan di kampung tersebut.

Pemilihan Kajoetangan sebagai Ibu Kota Heritage adalah karena di kawasan ini masih terdapat bangunan-bangunan kuno peninggalan masa lalu. Hal ini menjadi daya tarik yang memperkuat sektor ekonomi kreatif yang sedang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Malang. Saat ini di Kampung Kajoetangan memiliki 23 spot rumah yang bernuansa heritage. Selain menghadirkan visual yang memanjakan mata melalui desain arsitektur yang sebagian besar dipertahankan keasliannya, ada cerita-cerita khusus di sana. Beberapa di antaranya yang menarik adalah Rumah Namsin, Rumah Jengki, Rumah 1870, Rumah Jamu, Rumah Cerobong, dan Gubug Ningrat.

Merujuk kepada potensi yang dimilikinya, Kampung Heritage Kajoetangan memiliki banyak potensi untuk menarik minat pengunjung untuk datang. Selain daya tarik bangunan dan sejarah, kampung ini mempunyai produk-produk lokal yang bisa dijual dan ditawarkan ke pengunjung lokal maupun mancanegara. Namun, banyak produk lokal yang belum dikenal karena kurangnya kemampuan menawarkan barang menggunakan bahasa Inggris dengan baik. Untuk itu, perlu diadakan pelatihan bahasa Inggris untuk Perempuan Wirausaha di Kampung Heritage Kajoetangan Kelurahan Kauman Kecamatan Klojen Kota Malang untuk membantu promosi agar produk-produk yang dihasilkan lebih banyak dikenal oleh pengunjung Kampung Heritage Kajoetangan.

Tujuan dari Program Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) adalah untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris khususnya perempuan wirausaha yang merupakan komunitas penggerak perekonomian yang menjajakan produk maupun jasa di Kampung Heritage Kajoetangan melalui pelatihan bahasa Inggris. Pelatihan yang diberikan memberikan materi bahasa Inggris yang

menekankan pada skill berbicara untuk menawarkan produk dengan mendeskripsikan *uniqueness* dari produk yang dijual dengan cara yang ringan, mudah diterima, dan disertai dengan praktik langsung berupa video. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya adalah memberikan informasi mengenai pentingnya bahasa Inggris dalam dunia pariwisata, memberikan bimbingan tentang penggunaan bahasa Inggris yang baik dan benar untuk berkomunikasi dengan wisatawan asing, serta dapat memberikan bimbingan tentang penggunaan bahasa Inggris untuk mempromosikan produk lokal di Kampung Heritage Kajoetangan.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Promosi

Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahu dan membujuk pasar tentang produk dan jasa baru yang dimiliki sebuah perusahaan (Kotler, 2012). Promosi, yang dapat dilakukan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publikasi, bertujuan untuk mengkomunikasikan nilai produk dan jasa kepada pelanggan, dan membangun hubungan antara produsen dan pelanggan.

Secara umum, tujuan promosi adalah mempengaruhi keputusan pembeli sehingga mereka bersedia mengeluarkan dana untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa tertentu. Kismono (2001 dalam Garaika dan Feriyan, 2018) menjelaskan lima tujuan promosi, yaitu:

1. Memberikan informasi pada konsumen potensial mengenai produk yang ditawarkan, dimana konsumen bisa membeli dan berapa harga yang ditetapkan,
2. Meningkatkan penjualan,
3. Menstabilkan penjualan,
4. Memposisikan produk di pasar, dan
5. Membentuk citra produk di antara pengguna.

Kotler dan Armstrong (2012) menjelaskan delapan strategi yang digunakan untuk mengenalkan barang dan/atau jasa kepada konsumen. Kedelapan strategi tersebut meliputi:

1. Iklan merupakan semua bentuk terbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau jasa melalui sponsor yang jelas.
2. Promosi penjualan adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa
3. Acara dan pengalaman merupakan kegiatan dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau merek khusus-terkait interaksi dengan konsumen, termasuk seni olahraga, hiburan, dan menyebabkan acara atau kegiatan menjadi kurang formal
4. Hubungan masyarakat dan publisitas merupakan berbagai program yang diarahkan secara internal kepada karyawan perusahaan atau eksternal kepada konsumen, perusahaan lain, pemerintah, dan media untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk yang dikomunikasikan secara individual.
5. Penjualan personal adalah interaksi langsung antara tenaga penjualan sebuah perusahaan dengan pembeli prospektif untuk melakukan penjualan, presentasi pribadi, menjawab pertanyaan, pengadaan pesanan, dan membangun hubungan antara perusahaan dan pelanggan;
6. Pemasaran langsung merupakan aktivitas penggunaan surat, telepon, surat elektronik atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dan melakukan dialog dengan pelanggan;
7. Pemasaran interaktif adalah kegiatan atau program daring yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk barang atau jasa;
8. Word-of-mouth marketing merupakan komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau

pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.

2.2 Desa Wisata

Desa wisata adalah sebuah pengembangan potensi yang dimiliki desa untuk menjadi daya Tarik kegiatan pariwisata. Menurut Priasukmana & Mulyadin (2001), Desa Wisata adalah merupakan Kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan dari suasana yang mencerminkan keaslian dari pedesaan itu sendiri mulai dari sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas dan dari kehidupan sosial ekonomi atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan-minuman, cinderamata, dan kebutuhan wisata lainnya.

Desa wisata (rural tourism) merupakan pariwisata yang terdiri dari keseluruhan pengalaman pedesaan, atraksi alam, tradisi, unsur-unsur yang unik yang secara keseluruhan dapat menarik minat wisatawan (Antara & Arida (2015).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat dijelaskan bahwa desa wisata merupakan suatu wilayah yang menjadi obyek wisata dimana area tersebut memiliki ciri khas contohnya seperti keasrian dan keindahan alamnya, seni budaya dan kebiasaan masyarakat sehari-hari yang mana para wisatawan dapat ikut terjun langsung merasakan kehidupan masyarakat di desa tersebut.

Menurut Antara & Arida (2015) suatu desa akan menjadi desa wisata diperlukan kriteria tertentu, yaitu:

1. Atraksi wisata, yaitu semua yang mencakup alam, budaya dan hasil ciptaan manusia. Atraksi yang dipilih adalah yang paling menarik dan atraktif di desa.
2. Jarak Tempuh, yaitu jarak tempuh dari

kawasan wisata terutama tempat tinggal wisatawan dan juga jarak tempuh dari ibukota provinsi dan jarak dari ibukota kabupaten.

3. Besaran Desa, menyangkut masalah-masalah jumlah rumah, jumlah penduduk, karakteristik dan luas wilayah desa. Kriteria ini berkaitan dengan daya dukung kepariwisataan pada suatu desa.
4. Sistem Kepercayaan dan kemasyarakatan, merupakan aspek penting mengingat adanya aturan-aturan yang khusus pada komunitas sebuah desa. Perlu dipertimbangkan adalah agama yang menjadi mayoritas dan sistem kemasyarakatan yang ada.
5. Ketersediaan Infrastruktur, meliputi fasilitas dan pelayanan transportasi, fasilitas listrik, air bersih, drainase, jaringan telepon dan sebagainya.

3. METODE

Untuk memastikan agar tujuan program tercapai, program pengabdian ini akan dilaksanakan melalui empat tahapan. Tabel

3.1 Mendeskripsikan model pelaksanaan kegiatan dan peranan tim dalam setiap tahapan.

Table 3.1 Model Pelaksanaan

No.	Model Pelaksanaan	Peran Tim Pengabdian
1.	Menyampaikan tujuan program	Menjelaskan tujuan dan manfaat pelatihan, kompetensi yang ingin dicapai dan informasi teknis lainnya (tempat dan
2.	Pemaparan materi	Menyajikan informasi tentang
3.	Bimbingan teknis	Melaksanakan praktik sesuai materi
4.	Memeriksa pemahaman peserta	Memeriksa pemahaman peserta mengenai materi yang sudah diberikan

Untuk dapat mengukur kepuasan peserta, evaluasi pelatihan dilakukan di akhir

acara. Evaluasi bertujuan untuk mengukur keberhasilan pelaksanaan program dan mengidentifikasi masalah yang mungkin terjadi pada saat implementasi program. Evaluasi dilakukan pada tahap akhir program dengan cara mengumpulkan data dari peserta pelatihan menggunakan angket.

Rancangan evaluasi program pengabdian ini meliputi tiga aspek, yaitu: Pertama, pemahaman terhadap materi yang disajikan dengan tujuan untuk mengukur materi yang disampaikan sesuai dengan topik pelatihan, mudah dipahami oleh peserta, dan pemateri mampu menyampaikan materi dengan baik dan menarik. Kedua, relevansi materi yang disampaikan. Rancangan kedua ini bertujuan untuk mengukur materi pelatihan relevan dengan kebutuhan pengusaha perempuan di Kampung Heritage Kajoetangan. Ketiga, tingkat kelayakan tempat pelaksanaan PPM yang digunakan. Rancangan ketiga bertujuan mengukur tempat pelaksanaan PPM layak menjadi sasaran tempat pengabdian sehingga manfaat benar-benar dapat dirasakan oleh warga kampung wisata.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Heritage Kajoetangan memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan untuk terwujudnya objek wisata yang mampu mendatangkan wisatawan mancanegara. Selain mempunyai nilai bangunan kuno yang menarik, Kampung Heritage Kajoetangan juga memiliki beberapa produk UMKM unggulan yang dapat dijual kepada wisatawan asing. Namun, para perempuan wirausaha di tempat tersebut banyak yang belum menguasai dan berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris. Pelatihan Bahasa Inggris perlu dilakukan untuk memberikan bekal agar mereka dapat menawarkan produk UMKM menggunakan bahasa Inggris kepada wisatawan asing.

Tabel 4.1. Materi Pelatihan

Hari	Acara	Tempat
1	<i>How to describe a</i>	Politeknik

	<i>product</i>	Negeri Malang
2	<i>Make a dialogue and practice selling product</i>	Kampung Kajoetangan

Kegiatan PKM berupa pelatihan bahasa Inggris dilaksanakan di dua tempat, yaitu Gedung AF lantai dua kampus Politeknik Negeri Malang pada hari pertama dan Balai RW 10 di Kampung Heritage Kajoetangan pada hari kedua. Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 9-10 Agustus 2022 mulai pukul 09.00-11.00 WIB secara tatap muka dan menerapkan protokol kesehatan. Peserta yang hadir dalam kegiatan tersebut berjumlah 29 orang termasuk peserta pelatihan dan anggota tim PPM yang terdiri dari dosen dan mahasiswa.

Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini adalah mendeskripsikan produk UMKM peserta pelatihan yang terdiri dari product functionality, process of product making, dan the uniqueness of the product. Tujuan dari pelatihan adalah mengembangkan kemampuan bahasa Inggris peserta pelatihan. Dalam pelatihan, peserta diberikan kegiatan yang memungkinkan mereka berlatih berbicara dalam bahasa Inggris, khususnya dalam bentuk dialog antara penjual dan pembeli. Output kegiatan adalah video dialog antara pembeli dan penjual dalam bahasa Inggris.

Pada hari pertama pelatihan, peserta mendapatkan materi tentang daftar kata yang sering digunakan untuk menawarkan barang/jasa, terutama kata sifat dan pola kalimat yang digunakan untuk mendeskripsikan produk atau jasa. Selain itu, peserta juga mendapatkan materi tentang angka dan currency serta ungkapan untuk menanyakan dan mendeskripsikan harga. Anggota tim pengabdian memberikan pendampingan kepada peserta saat mereka membuat draft dialog antara penjual dan pembeli termasuk melatih pengucapan atau pronunciation. Peserta diminta berlatih dialog yang telah mereka buat di rumah. Pada hari kedua,

peserta meninjau ulang draft dialog yang telah mereka susun. Kemudian, secara berpasangan peserta mempraktikkan dialog tersebut. Anggota tim PPM membantu peserta merekam dialog mereka dalam bentuk video.

Di akhir pelatihan, 18 peserta diminta mengisi angket untuk evaluasi kegiatan pelatihan. Berikut ini table hasil dari angket evaluasi.

Tabel 4.2. Hasil Angket Evaluasi

No.	PERNYATAN	SS	S	TS	STS
1.	Kegiatan PPM yang dilaksanakan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi mitra	66,6%	33,3%		
2.	Anggota tim yang terlibat dalam kegiatan PPM aktif dalam memberikan bantuan	83,3%	16,6%		
3.	Frekuensi pendampingan yang dilakukan oleh tim PPM dirasakansudah sesuai	61,1%	38,8%		
4.	Terjadi peningkatan kemandirian atau penambahan pengetahuan dan ketrampilan pada mitra	72,2%	27,7%		
5.	Secara keseluruhan mitra merasakan kepuasan atas kegiatan PPM yang telah dilaksanakan	55,5%	44,4%		

Keterangan :

SS = sangat setuju

S = setuju

TS = tidak setuju

STS = sangat tidak setuju

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa pelatihan bahasa Inggris memberikan kontribusi dan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi peserta. Selain itu, berdasarkan hasil angket, hampir semua peserta setuju jika anggota tim terlibat aktif dalam memberikan bantuan dalam kegiatan pelatihan. Sebanyak 72,2% peserta sangat setuju jika mereka merasa ada peningkatan kemandirian atau pengetahuan dan keterampilan pada mitra. Hampir semua peserta juga mengisi sangat setuju dan setuju bahwa mereka puas dengan kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian.

Materi yang disampaikan pada saat pelatihan adalah tentang deskripsi produk UMKM baik berupa barang maupun jasa milik para peserta pelatihan. Materi pelatihan meliputi kegunaan atau manfaat produk, proses produksi dan keunggulan produk UMKM jika dibandingkan dengan produk lain yang telah ada di pasaran. Materi diberikan dalam bentuk hand-out yang bisa dibawa pulang oleh peserta.

Selama pelatihan, peserta diminta untuk berlatih percakapan antara penjual dan pembeli dalam bahasa Inggris. Percakapan ini juga direkam agar bisa menjadi rujukan bagi peserta di masa mendatang.

Ada beberapa Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) dalam bentuk pelatihan bahasa Inggris di kampung wisata yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Salah satunya adalah Menggo dkk. (2022) yang melaksanakan pelatihan bahasa Inggris di rumah adat kampung Meler dan pondok wisata desa wisata Meler, Kecamatan Ruteng, Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Barat. Materi pembelajaran yang disampaikan meliputi *greetings and self- introduction, time and direction, seasons, hospitality on tourism service, dan some tourist objects*.

Kegiatan PkM terkait selanjutnya adalah kegiatan PkM Wahyuningtyas dkk. (2021). Kelompok ini melakukan pelatihan Bahasa Inggris for Tourism yang

sasarannya adalah Pokdarwis Desa Kemloko, Kecamatan Nglekok, Blitar, Provinsi Jawa Timur. Tujuan pelatihan adalah agar masyarakat di Desa Kemloko dapat berkomunikasi dengan wisatawan asing dalam bahasa Inggris. Yang ketiga adalah Aristiawan dan Nurkomarudin (2021) yang juga melaksanakan pelatihan bahasa Inggris komunikatif bagi pengelola desa wisata Jari Solah Desa Bilebante Kecamatan Pringarata Kabupaten Lombok Tengah. Pendekatan yang digunakan adalah Communicative Language Teaching (CLT). Setelah pelatihan, kemampuan bahasa Inggris para pengelola Desa Wisata Hijau Desa Bilebante Kecamatan Pringgarata Kabupaten Lombok Tengah meningkat cukup signifikan.

Selain itu, Siahaan dkk. (2019) melakukan pelatihan bahasa Inggris untuk masyarakat Hinterland dalam pengembangan kampung wisata Pasir Panjang. Fokusnya adalah latihan percakapan dalam bahasa Inggris secara sederhana. Peserta pelatihan ini dibagi menjadi tiga kategori usia, yakni dewasa, menengah, dan anak-anak. Hasil dari kegiatan PPM ini adalah peserta di semua kategori usia sudah berhasil mengikuti kegiatan pelatihan dengan antusias.

Pelatihan Bahasa Inggris yang dilaksanakan sebagai wujud Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) di kawasan wisata juga dilakukan oleh Warni dan Apoko (2022). Pelatihan Bahasa Inggris tersebut dilakukan di Kawasan Wisata Berbasis Alam dan Budaya Betawi di PBB Setu Babakan Jakarta. Peserta pelatihan tidak hanya remaja yang aktif di karang taruna setempat, tetapi juga tokoh penggerak masyarakat setempat. Hasil pelatihan ini menunjukkan semangat dan antusiasme peserta pelatihan untuk belajar Bahasa Inggris. Selain itu, rasa percaya diri dan keterampilan Bahasa Inggris, terutama kemampuan berbahasa Inggris dalam percakapan sehari-hari di Kawasan PBB Setu Babakan meningkat.

Program Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk Pelatihan Bahasa Inggris dan Bahasa Jepang untuk meningkatkan potensi pariwisata adalah pelatihan yang dilaksanakan di Desa Wisata Kandri di Semarang, Jawa Tengah oleh Ratna, dkk (2021). Berbeda dengan pelatihan lain, pelatihan ini melibatkan masyarakat lokal yang menjadi pemandu wisata di desa wisata tersebut. Kegiatan pelatihan meliputi latihan pengucapan dalam bahasa Inggris dan Jepang. Hasil data analisis menunjukkan para pemandu wisata sangat antusias mengikuti pelatihan bahasa asing tersebut. Selain itu, pengetahuan bahasa Inggris dan Jepang para *tour guide* juga meningkat.

5. SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) ini dapat terlaksana dengan baik karena antusiasme dan semangat belajar dari para peserta. Materi yang diberikan juga disesuaikan dengan kemampuan peserta sehingga dapat langsung dipraktekkan. Pelatihan bahasa Inggris sebagai alat komunikasi untuk mempromosikan dan menjual produk andalan para peserta benar- benar dapat dirasakan manfaatnya oleh peserta pelatihan.

Manfaat pertama adalah dapat meningkatkan kemampuan bahasa Inggris peserta pelatihan khususnya pengusaha perempuan di Kampung Heritage Kajoetangan dalam mempromosikan dan menjual produk kepada wisatawan asing. Manfaat kedua, peserta pelatihan dapat memperoleh bimbingan teknis dalam cara bertransaksi menggunakan bahasa Inggris untuk menawarkan produk kepada wisatawan asing.

6. DAFTAR REFERENSI

- Antara, M. & Arida, I. N. S., 2015. Panduan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal. Bali: Universitas Udayana
- Aristiwan, Danul & Nurkomarudin. 2021. Pelatihan Bahasa Inggris Komunikatif Bagi Pengelola Desa Wisata Jari Solah

- Desa Bilebante Kecamatan Pringgarata Kabupaten Lombok Tengah. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 2, No. 1, January, pp. 223-229. DOI: 10.31949/jb.v2i1.699
- Garaika & Feriyan, W. 2018. Promosi dan Pengaruhnya terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara. 16 (1).p:21-27
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. Principles of Marketing: Global Edition (14th Edition). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Ratna MP, Alfarisy F, Asri L, Patria AN. 2021. Pengembangan Desa Wisata Kandri Melalui Program English and Japanese Basic Training. Jurnal Harmoni, Vol. 5, No. 2, Oktober. P:37-41
- Menggo, Sebastianus, Yosefina RS, Rizki TA. 2022. Pelatihan Bahasa Inggris Pariwisata di Desa Wisata Meler. Jurnal Widya Laksana, Vol. 11, No. 1, Januari.
- Priasukmana, S. & Mulyadin, R. M., 2001. Pembangunan Desa Wisata: pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah. Info SosialEkonomi, Volume 2, pp. 37-44.
- Siahaan, Arta U, Condra A, Satria B.A, Yosi H, Agus F., Mira C.K., Nelimiawati, Rina Y., Maidel F., Festy W.S., Riki, Ardiman F., Roza P., Muhammad Idris. 2019. Pelatihan Bahasa Inggris untuk Masyarakat Hinterland dalam Pengembangan Kampung Wisata Pasir Panjang. Abdimas-Polibatam, Vol. 1, No.1, Juni.
- Wahyuningtyas, Neni, Nurul R., Idris. 2021. Pemberdayaan Pokdarwis Desa Kemloko dalam Pengembangan Desa Wisata melalui Pelatihan Bahasa Inggris for Tourism. Jurnal Widya Laksana, Vol. 10, No.1, Januari.
- Warni, S., & Apoko, T. 2022. Pelatihan Bahasa Inggris bagi Masyarakat Kawasan Wisata Berbasis Alam dan Budaya Betawi di PBB Setu Babakan Jakarta. Jurnal Pengabdian UNDIKMA, Vol.3, No.1, pp. 22-29. DOI: 10.33394/jpu.v3i1.4940