
Pelatihan English for Tourism bagi Pelaku UMKM di Kawasan Wisata Kota Medan untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi dengan Wisatawan Mancanegara

Ade Irma Khairani¹, Nurima Rizki Dongoran², Devika Adelita³, Ibnu Ajan Hasibuan⁴

¹ Teknik Sipil/D3 Teknik Sipil, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

² Akuntansi/D3 Keuangan dan Perbankan, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

³ Teknik Mesin/D4 Teknologi Rekayasa Energi Terbarukan, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

⁴ Manajemen Informatika /D4 Teknik Multi Media, Politeknik Negeri Sambas, Kalimantan Barat, Indonesia

E-mail: irmakhairani@polmed.ac.id

Riwayat Artikel:

Dikirim : 5 Agustus 2025

Direvisi : 25 Agustus 2025

Diterima : 30 Agustus 2025

Abstrak: Kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris menjadi kompetensi penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan wisata untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada wisatawan mancanegara. Namun, pelaku UMKM di kawasan wisata Kesawan City Walk, Kota Medan, masih menghadapi keterbatasan dalam menggunakan bahasa Inggris praktis saat melayani pelanggan asing. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan komunikasi bahasa Inggris pelaku UMKM melalui pelatihan English for Tourism. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Action Learning yang meliputi analisis kebutuhan, penyusunan modul, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Kegiatan diikuti oleh 25 pelaku UMKM dengan metode pembelajaran berupa ceramah interaktif, diskusi, simulasi (role play), praktik percakapan, serta pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan sebagai media latihan mandiri. Evaluasi dilakukan melalui pre-test, post-test, observasi, dan angket kepuasan peserta. Hasil menunjukkan bahwa nilai rata-rata peserta meningkat dari 58,4 menjadi 84,7 atau naik sebesar 26,3 poin. Tingkat kepuasan peserta mencapai 94%, disertai peningkatan kepercayaan diri dalam menyapa wisatawan, menjelaskan produk, memberikan informasi harga, dan menjawab pertanyaan dalam bahasa Inggris sederhana. Pelatihan English for Tourism terbukti efektif meningkatkan kompetensi komunikasi pelaku UMKM serta mendukung peningkatan kualitas pelayanan wisata dan daya saing UMKM di Kota Medan.

Kata Kunci:

English for Tourism, pelatihan, UMKM, komunikasi bahasa Inggris, pariwisata.

Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan salah satu penggerak utama perekonomian daerah karena

mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kota Medan sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Utara memiliki berbagai destinasi wisata sejarah, budaya, kuliner, dan religi yang menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Kawasan wisata seperti Kesawan City Walk, Istana Maimun, Masjid Raya Al-Mashun, dan Tjong A Fie Mansion menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang melibatkan banyak pelaku UMKM sebagai penyedia makanan, minuman, kerajinan tangan, souvenir, maupun jasa pendukung pariwisata. Keberadaan UMKM di kawasan wisata tersebut memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan wisata sekaligus memperkuat daya saing destinasi wisata (Wardani et al., 2022; Romadlon et al., 2024).

Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya menyediakan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu memberikan pelayanan yang komunikatif dan profesional. Salah satu kompetensi yang sangat dibutuhkan adalah kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional. Kemampuan tersebut memungkinkan pelaku UMKM menjelaskan produk, memberikan informasi mengenai harga, menjawab pertanyaan wisatawan, memberikan petunjuk arah, serta membangun interaksi yang lebih baik dengan pelanggan dari berbagai negara. Pelayanan yang komunikatif tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga memperkuat citra destinasi wisata sebagai kawasan yang ramah bagi wisatawan asing (Pratiwi et al., 2023; Matitaputty & Leatemia, 2025).

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan mitra, masih ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di kawasan wisata Kota Medan. Sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki kemampuan komunikasi bahasa Inggris yang memadai untuk melayani wisatawan mancanegara. Keterbatasan penguasaan kosakata, rendahnya kepercayaan diri dalam berbicara, serta minimnya pengalaman menggunakan ungkapan-ungkapan praktis dalam pelayanan menjadi kendala utama ketika berinteraksi dengan wisatawan asing. Selain itu, belum tersedia program pelatihan yang secara khusus dirancang sesuai dengan kebutuhan komunikasi pelaku UMKM di sektor pariwisata sehingga kemampuan bahasa Inggris yang dimiliki masih bersifat umum dan belum berorientasi pada konteks pelayanan wisata (Wardani et al., 2022; Pattipeilohy et al., 2025).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelatihan bahasa Inggris berbasis kebutuhan (*English for Specific Purposes/ESP*), khususnya *English for Tourism*, mampu meningkatkan kompetensi komunikasi peserta karena materi yang diberikan disesuaikan dengan situasi nyata yang dihadapi di lapangan. Pendekatan ini menekankan penggunaan ungkapan-ungkapan praktis yang berkaitan dengan penyambutan wisatawan, penjelasan produk, pelayanan pelanggan, transaksi penjualan, hingga pemberian informasi mengenai objek wisata. Dengan demikian, peserta tidak hanya memahami teori bahasa Inggris, tetapi juga memperoleh pengalaman langsung melalui simulasi dan praktik komunikasi yang menyerupai kondisi sebenarnya (Matitaputty & Leatemia, 2025; Romadlon et al., 2024).

Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan Pelatihan *English for Tourism* bagi Pelaku UMKM di Kawasan Wisata Kota Medan. Kegiatan ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi berbasis *English for Tourism*, pelaksanaan pelatihan interaktif, simulasi percakapan (*role play*), serta evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test*. Materi pelatihan difokuskan pada kemampuan komunikasi praktis, seperti menyambut wisatawan, memperkenalkan produk lokal, menjelaskan harga, memberikan petunjuk arah, serta

menangani pertanyaan yang sering diajukan oleh wisatawan mancanegara. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada pemanfaatan teknologi digital berbasis kecerdasan buatan untuk membantu menyusun dialog, memperkaya kosakata, dan melatih kemampuan berbicara secara mandiri sehingga proses pembelajaran menjadi lebih efektif dan berkelanjutan (Sadikin & Lutfiyah, 2023; Solihat, 2025).

Pelaksanaan kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan komunikasi bahasa Inggris pelaku UMKM sehingga mereka mampu memberikan pelayanan yang lebih profesional kepada wisatawan mancanegara. Peningkatan kompetensi tersebut diharapkan berdampak pada meningkatnya kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan, citra positif kawasan wisata Kota Medan, serta daya saing UMKM dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata daerah. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi mitra dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, tetapi juga berkontribusi terhadap upaya penguatan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan di Kota Medan (Rompas et al., 2025; Yanti et al., 2025).

Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di kawasan wisata Kesawan City Walk, Kota Medan, dengan mitra sebanyak 25 pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner, minuman, souvenir, dan produk ekonomi kreatif. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Action Learning (PAL) yang melibatkan mitra secara aktif pada setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil pelatihan. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas lima tahapan yaitu :

1. Analisis Kebutuhan Mitra

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan mengidentifikasi kemampuan awal peserta dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris serta mengetahui kebutuhan komunikasi yang sering dihadapi ketika melayani wisatawan mancanegara.

2. Penyusunan Modul English for Tourism

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim menyusun modul pelatihan yang berisi materi komunikasi praktis yang sering digunakan dalam pelayanan wisata. Materi meliputi:

- a. Greeting and Welcoming Tourists
- b. Introducing Local Products
- c. Explaining Prices
- d. Giving Directions
- e. Handling Customer Questions
- f. Closing Transactions Politely

Selain modul cetak, peserta juga diperkenalkan penggunaan aplikasi berbasis Artificial Intelligence (AI), seperti ChatGPT, untuk membantu menyusun dialog pelayanan dan latihan percakapan secara mandiri.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan selama dua hari menggunakan metode:

- a. ceramah interaktif;
- b. demonstrasi;
- c. diskusi kelompok;
- d. role play;

- e. praktik percakapan;
- f. simulasi pelayanan wisatawan.

Seluruh peserta memperoleh kesempatan mempraktikkan komunikasi secara langsung menggunakan berbagai skenario pelayanan.

4. Pendampingan

Setelah pelatihan, peserta didampingi dalam menerapkan komunikasi bahasa Inggris sesuai bidang usaha masing-masing. Pendampingan dilakukan melalui simulasi penjualan produk, pelayanan pelanggan, dan evaluasi penggunaan ungkapan-ungkapan praktis.

5. Evaluasi

Evaluasi dilakukan menggunakan beberapa instrumen, yaitu:

- a. pre-test;
- b. post-test;
- c. lembar observasi;
- d. angket kepuasan peserta;
- e. wawancara singkat.

Keberhasilan program diukur berdasarkan peningkatan nilai peserta, kemampuan praktik berbicara, tingkat partisipasi, dan kepuasan terhadap kegiatan.

Hasil

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan diikuti oleh 25 pelaku UMKM yang berasal dari berbagai jenis usaha, seperti kuliner, minuman tradisional, makanan khas Medan, souvenir, dan produk kerajinan lokal. Seluruh peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan mulai dari pre-test, pelatihan, simulasi, hingga post-test.

Pada sesi awal, peserta diberikan materi mengenai pentingnya kemampuan bahasa Inggris dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan mancanegara. Selanjutnya peserta mempelajari berbagai ungkapan praktis yang sering digunakan dalam kegiatan pelayanan, antara lain menyapa pelanggan, memperkenalkan produk, menjelaskan harga, menawarkan produk unggulan, menjawab pertanyaan pelanggan, hingga mengakhiri transaksi dengan sopan.

Sesi praktik dilakukan menggunakan metode *role play*, di mana peserta secara bergantian berperan sebagai penjual dan wisatawan asing. Metode ini memberikan pengalaman belajar yang lebih kontekstual karena peserta dapat mempraktikkan komunikasi sesuai kondisi nyata yang sering ditemui di lapangan.

Pada sesi akhir, peserta diperkenalkan penggunaan aplikasi berbasis AI untuk membantu menyusun dialog pelayanan, menerjemahkan deskripsi produk, memperkaya kosakata, dan melatih kemampuan berbicara secara mandiri. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi karena teknologi tersebut dinilai mudah digunakan serta dapat membantu mereka belajar secara berkelanjutan.

3.2 Hasil Evaluasi Pelatihan

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan komunikasi peserta setelah mengikuti pelatihan.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pelatihan

Indikator	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Nilai rata-rata pre/post test	58,4	84,7
Peserta kategori Baik	16%	84%
Peserta percaya diri berbicara	28%	88%
Peserta mampu menjelaskan produk	24%	92%
Peserta mampu menjelaskan harga	36%	96%
Kepuasan peserta	-	94%

Nilai rata-rata peserta meningkat sebesar 26,3 poin, menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi komunikasi bahasa Inggris.

Selain peningkatan nilai tes, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mulai mampu menggunakan ungkapan-ungkapan sederhana secara lancar ketika melakukan simulasi pelayanan wisatawan. Peserta juga terlihat lebih percaya diri dalam menawarkan produk, menjelaskan keunggulan produk lokal, serta menjawab pertanyaan pelanggan menggunakan bahasa Inggris sederhana.

3.3 Pembahasan

Peningkatan kemampuan peserta menunjukkan bahwa pendekatan English for Tourism efektif diterapkan kepada pelaku UMKM karena materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan komunikasi sehari-hari. Pendekatan ini memungkinkan peserta mempelajari bahasa Inggris berdasarkan konteks pekerjaan sehingga proses pembelajaran menjadi lebih bermakna dibandingkan pembelajaran bahasa Inggris secara umum.

Metode *role play* memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan komunikasi dalam situasi nyata sehingga mampu meningkatkan kepercayaan diri dan kelancaran berbicara. Simulasi pelayanan wisatawan juga membantu peserta memahami etika pelayanan internasional serta penggunaan ungkapan yang sopan dan profesional.

Pemanfaatan teknologi AI sebagai media latihan mandiri menjadi salah satu inovasi dalam kegiatan ini. Peserta dapat menyusun dialog pelayanan, menerjemahkan deskripsi produk, dan memperoleh umpan balik terhadap kalimat yang digunakan. Inovasi tersebut mendukung pembelajaran yang lebih fleksibel serta mendorong peserta untuk terus meningkatkan kemampuan bahasa Inggris setelah kegiatan pengabdian selesai.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi komunikasi pelaku UMKM sehingga diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan mancanegara serta memperkuat daya saing kawasan wisata Kesawan City Walk sebagai salah satu destinasi unggulan Kota Medan.

3.4 Evaluasi Pre-test dan Post-test

Evaluasi dilakukan menggunakan tes berisi 20 soal yang mengukur pemahaman kosakata, ungkapan pelayanan, dan kemampuan komunikasi dasar dalam konteks pariwisata.

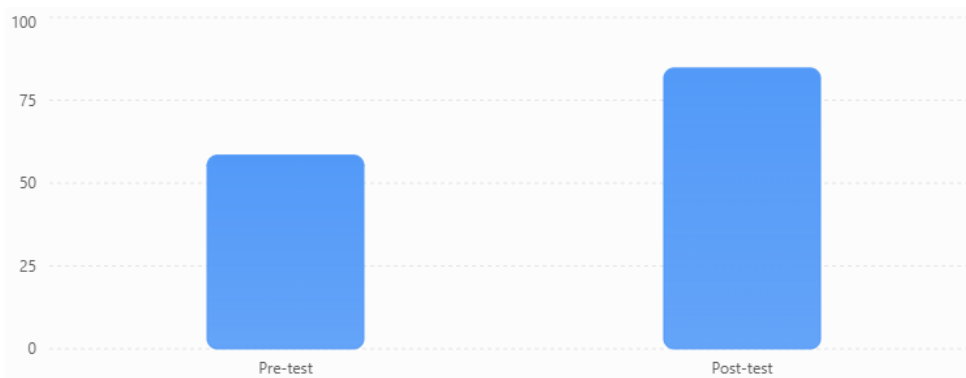
Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai rata-rata pre-test peserta sebesar 58,4, sedangkan rata-rata post-test meningkat menjadi 84,7. Dengan demikian terjadi peningkatan sebesar 26,3 poin atau sekitar 45,0% dibandingkan kondisi awal.

Selain hasil tes tertulis, evaluasi praktik berbicara menunjukkan bahwa 22 dari 25 peserta mampu melakukan percakapan pelayanan secara mandiri menggunakan bahasa Inggris

sederhana. Peserta juga menunjukkan peningkatan dalam aspek pengucapan (*pronunciation*), kelancaran berbicara (*fluency*), pemilihan kosakata (*vocabulary*), dan kepercayaan diri ketika berinteraksi dengan wisatawan.

Berdasarkan angket evaluasi, sebanyak 94% peserta menyatakan bahwa materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan usaha mereka, 92% peserta menyatakan metode *role play* membantu meningkatkan kemampuan berbicara, sedangkan 96% peserta menyatakan bersedia mengikuti pelatihan lanjutan apabila kegiatan serupa kembali diselenggarakan.

Hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa program pelatihan berhasil meningkatkan kompetensi komunikasi bahasa Inggris pelaku UMKM sekaligus memberikan pengalaman belajar yang aplikatif sesuai kebutuhan pelayanan wisata di kawasan Kesawan City Walk, Kota Medan.



Gambar 1. Perbandingan Nilai Rata-rata Pre-test dan Post-test

Gambar 1 menunjukkan perbandingan nilai rata-rata peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan *English for Tourism*. Nilai rata-rata pre-test sebesar 58,4 meningkat menjadi 84,7 pada post-test, sehingga terjadi peningkatan sebesar 26,3 poin atau sekitar 45,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan komunikasi bahasa Inggris pelaku UMKM, khususnya dalam penggunaan ungkapan-ungkapan praktis yang berkaitan dengan pelayanan wisatawan mancanegara. Peningkatan tersebut didukung oleh metode pembelajaran yang mengombinasikan penyampaian materi, diskusi interaktif, simulasi (*role play*), praktik percakapan, serta pendampingan penggunaan teknologi berbasis kecerdasan buatan sebagai media latihan mandiri. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta memahami materi secara konseptual sekaligus mempraktikkannya dalam situasi yang menyerupai kondisi pelayanan wisata yang sebenarnya.

Tabel 2. Hasil Angket Kepuasan Peserta

Indikator Penilaian	Persentase (%)
Kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta	94
Penyampaian materi oleh narasumber	96
Metode pelatihan (ceramah, diskusi, <i>role play</i>)	92
Manfaat pelatihan bagi pengembangan usaha	96
Kepuasan peserta secara keseluruhan	94



Gambar 2. Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Pelatihan English for Tourism

Gambar 2 menunjukkan tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan pelatihan *English for Tourism*. Secara umum, seluruh indikator memperoleh penilaian yang sangat baik dengan persentase di atas 90%. Indikator penyampaian materi oleh narasumber dan manfaat pelatihan bagi pengembangan usaha memperoleh nilai tertinggi, yaitu 96%, menunjukkan bahwa peserta menilai materi mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan mereka dalam melayani wisatawan mancanegara. Sementara itu, indikator kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta dan kepuasan secara keseluruhan masing-masing memperoleh nilai 94%, sedangkan metode pelatihan memperoleh nilai 92%. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi ceramah interaktif, diskusi, simulasi (*role play*), dan praktik percakapan dinilai efektif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bahasa Inggris peserta. Secara keseluruhan, hasil angket mengindikasikan bahwa pelatihan diterima dengan sangat baik oleh peserta. Tingginya tingkat kepuasan ini mendukung hasil evaluasi pre-test dan post-test yang menunjukkan adanya peningkatan kompetensi komunikasi bahasa Inggris setelah mengikuti pelatihan. Dengan demikian, program pengabdian tidak hanya berhasil meningkatkan kemampuan peserta, tetapi juga memenuhi harapan mitra terhadap kualitas materi, metode pembelajaran, dan manfaat yang diperoleh.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Pelatihan English for Tourism bagi Pelaku UMKM di Kawasan Wisata Kesawan City Walk Kota Medan telah berhasil meningkatkan kemampuan komunikasi bahasa Inggris peserta dalam konteks pelayanan wisata. Program yang dilaksanakan melalui tahapan analisis kebutuhan, penyusunan modul, pelatihan interaktif, simulasi (*role play*), pendampingan, serta evaluasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi peserta dalam menyapa wisatawan, menjelaskan produk, menyampaikan informasi harga, memberikan rekomendasi, dan menangani pertanyaan wisatawan mancanegara. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa nilai rata-rata peserta meningkat dari 58,4 pada pre-test menjadi 84,7 pada post-test, atau mengalami peningkatan sebesar 26,3 poin. Selain itu, tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan mencapai 94%, yang menunjukkan bahwa materi pelatihan, metode pembelajaran, dan pendampingan telah sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM di kawasan wisata. Penerapan metode pembelajaran yang mengombinasikan ceramah interaktif, diskusi, simulasi, praktik percakapan, serta pemanfaatan

teknologi berbasis kecerdasan buatan sebagai media latihan mandiri memberikan pengalaman belajar yang lebih aplikatif dan meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris. Program ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM sehingga mereka lebih siap memberikan pelayanan kepada wisatawan mancanegara. Peningkatan kompetensi tersebut diharapkan dapat mendukung peningkatan kualitas layanan, memperkuat citra kawasan wisata Kesawan City Walk sebagai destinasi yang ramah bagi wisatawan internasional, serta meningkatkan daya saing UMKM dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata Kota Medan. Sebagai tindak lanjut, kegiatan serupa disarankan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih mendalam, seperti *English for Digital Marketing*, *English for Customer Service*, dan komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication*). Selain itu, pendampingan berkala dan penyediaan media pembelajaran digital diharapkan dapat membantu peserta mempertahankan serta mengembangkan kemampuan bahasa Inggris yang telah diperoleh selama pelatihan. Program ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM sehingga mereka lebih siap memberikan pelayanan kepada wisatawan mancanegara. Peningkatan kompetensi tersebut diharapkan dapat mendukung peningkatan kualitas layanan, memperkuat citra kawasan wisata Kesawan City Walk sebagai destinasi yang ramah bagi wisatawan internasional, serta meningkatkan daya saing UMKM dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata Kota Medan. Sebagai tindak lanjut, kegiatan serupa disarankan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih mendalam, seperti *English for Digital Marketing*, *English for Customer Service*, dan komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication*). Selain itu, pendampingan berkala dan penyediaan media pembelajaran digital diharapkan dapat membantu peserta mempertahankan serta mengembangkan kemampuan bahasa Inggris yang telah diperoleh selama pelatihan.

Daftar Referensi

- Matitaputty, M. S. I., & Leatemia, M. (2025). Pengembangan *English for Tourism* pada program destinasi pariwisata: Perspektif *English for Specific Purposes* dan implikasi pedagogis. *SCHOLARS: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(2), 113–120. <https://doi.org/10.31959/js.v3i2.3866>
- Menggo, S., Su, Y. R., & Taopan, R. A. (2022). Pelatihan bahasa Inggris pariwisata di Desa Wisata Meler. *Jurnal Widya Laksana*, 11(1), 85–97. <https://doi.org/10.23887/jwl.v11i1.34908>
- Pattipeilohy, V., Gomies, S. J., Sandanafu, S. P., & Tousalwa, C. (2025). Pelatihan penggunaan bahasa Inggris pariwisata (*English for Tourism*) bagi pemuda, pelaku UMKM dan aparat Desa Wisata Rutong, Kota Ambon. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 5(2), 212–216. <https://doi.org/10.31004/jh.v5i2.2364>
- Permatasari, I. D., Suja'i, A. Y. I., & Sunaryo, H. (2025). Pelatihan peningkatan kemampuan bahasa Inggris dalam upaya pengembangan wisata di Kota Wisata Batu. *Jurnal SOLMA*, 14(1), 703–714. <https://doi.org/10.22236/solma.v14i1.17823>
- Rahadi, I., Nursaly, B. R., Handini, B. S., & Murcahyanto, H. (2021). Penguasaan bahasa Inggris masyarakat dan partisipasinya dalam pengembangan desa wisata. *Journal of Education and Instruction (JOEAI)*, 4(2), 486–494.

- <https://doi.org/10.31539/joeai.v4i2.2827>
- Rejeki, S., & Swetasurya, N. M. W. (2023). A need analysis for local culture in *English for Tour Guide* ESP materials in Bogor Regency. *Proceedings of the International Conference on Academia-Based Tourism Revival 2022*, 137–147. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-028-2_13
- Romadlon, F. N., Rismiyanto, Syafei, M., Suryani, F. B., & Rusiana. (2024). Pelatihan *English for Tourism* berbasis *role play* dan *communication games* untuk Paguyuban Duta Kabupaten Kudus, Saka Pariwisata Kwarcab Kudus dan staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus. *Jurnal Muria Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 157–164. <https://doi.org/10.24176/jmpm.v1i2.13179>
- Rompas, M. D., Indriyanto, M. N., & Towoliu, B. I. (2025). Pelatihan *Basic English for Tourism* bagi pengelola UMKM kuliner dan homestay di Desa Wisata Budo, Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Abdi Anjani*, 3(2), 376–382. <https://doi.org/10.29303/anjani.v3i2.2676>
- Wahyuningtyas, D., Asih, R. A., Endriana, F., Windiarti, K. R., & Mafruudloh, N. (2022). *English for Tour Guide* program to improve English skills of tour guides in Trenggalek tourist villages. *Journal of Community Service and Empowerment*, 3(3), 149–155. <https://doi.org/10.22219/jcse.v3i3.22542>
- Wahyuningtyas, D., Sumarno, W. K., Asih, R. A., Endriana, F., Windiarti, K. R., & Mafruudloh, N. (2022). An analysis of the English speaking and writing skill level of tour guides in Trenggalek's tourist villages. *Journey: Journal of English Language and Pedagogy*, 5(2), 293–303. <https://doi.org/10.33503/journey.v5i2.2079>
- Wahyuningtyas, D., Diana, L., Maharani, D. S. D., Yurenaudia, A., & Indriastuti, Y. (2023). Mapping the levels of English storytelling of tour guides in Jajar Gumregah Tourist Village Trenggalek. *Journey: Journal of English Language and Pedagogy*, 6(3), 566–573. <https://doi.org/10.33503/journey.v6i3.3437>
- Wardani, C. S., Kautsar, M. T., Lutfia, D., & Sungkono, S. L. L. (2022). Pelatihan *English for Tourism* guna peningkatan interaksi sosial dan *self-confidence* bagi komunitas pariwisata. *Altruis: Journal of Community Services*, 3(3), 69–75. <https://doi.org/10.22219/altruis.v3i3.22763>
- Wardhani, D. T. M. (2022). Pelatihan dan pendampingan *English for Tour Guide* pada program pendidikan kecakapan kerja di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 2(2), 18–21. <https://doi.org/10.51747/abdipancamarga.v2i2.849>
- Widhiastuty, N. L. P. S., & Murdana, I. K. (2023). A need analysis on English for local tour guides at Taro Tourism Village in Gianyar Regency, Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 22(2), 133–138. <https://doi.org/10.52352/jpar.v22i2.1041>
- Yuliana, N., & Hidayat, A. (2023). Penguatan kemampuan komunikasi bahasa Inggris bagi pelaku UMKM dalam mendukung pengembangan desa wisata. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(4), 215–223. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.2023.3.4.215>