



**PROPER AND POLITE ENGLISH PEREMPUAN PEDAGANG CENDERAMATA
KAWASAN PARIWISATA KUTA MANDALIKA LOMBOK TENGAH****Oleh****Primus Gadu¹⁾, Mahsun²⁾, Wiwik Nirmala Sari³⁾****^{1,2,3}Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram****Email: ¹primusgadud201@gmail.com, ²mahsunalhaj@gmail.com****³wiwik.nirmalasari@stpmataram.ac.id****Abstrak**

Pariwisata berbasis komunitas lokal (*Community Based Tourism*) memberikan ruang atau kesempatan seluas-luasnya kepada pelibatan perempuan untuk berkarya dan menjalankan peran sebagai agen perubahan dimana pada sektor pariwisata 10%-15%; pelayan, administrasi, pemilik usaha, pekerja mandiri dalam bisnis pariwisata adalah perempuan sehingga ketimpangan gender tidak terjadi (UNWTO, 2011). Program PKM Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram ini menyoar kelompok Perempuan Pedagang Cenderamata (Mitra) penggerak ekonomi kreatif dan produktif Kawasan Pariwisata super prioritas Mandalika Kuta Lombok Tengah. Dipilihnya Kawasan ini sebagai locus pelaksanaan PKM didasari pada dua alasan yaitu. Fakta bahwa (1) rendahnya kemampuan mitra menggunakan bahasa Inggris yang tepat dan efektif, sopan, menarik, interaktif, atraktif menarik yang baik dan benar ketika berkomunikasi dengan wisatawan asing, fakta bahwa (2) menurunnya omzet penjualan mitra selama masa pandemic Covid-19 disebabkan rendahnya kemampuan berkomunikasi nonverbal mitra memasarkan produk melalui pasar virtual (online), maka diksi atau penggunaan Bahasa yang tepat dan sopan penting diperhatikan untuk menghadirkan calon pelanggan (domestik maupun mancanegara). Mendasar pada permasalahan mitra, tim pelaksana PKM mengajukan alternatif solusi yaitu pelatihan Bahasa Inggris praktis penguat keterampilan berkomunikasi dengan pendekatan pelatihan bahasa Inggris efektif, sopan, menarik, interaktif, atraktif menarik (*English Hospitality proper and polite expressions*) dengan target luaran yaitu peningkatan omzet penjualan mitra, publikasi artikel pada jurnal terakreditasi, penguatan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan sikap (*attitude*) melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dari akademisi, pemerintah dan pemerhati pariwisata. Program berkelanjutan yang diharapkan mitra menyangkut hospitality/keramahtamahan melayani pelanggan (aspek psikologi pelayanan), penguatan kebahasaan (aspek komunikasi dan interaksi), penguatan sikap dan jiwa usaha mandiri. Program ini telah terlaksana dengan baik karena rekam jejak (*track record*) masing-masing pelaksana dimana ketua pelaksana berkualifikasi S2 Linguistik, anggota tim pelaksana pertama S2 Pariwisata, anggota tim pelaksana kedua berkualifikasi S2 Manajemen. Kemudian sebagai pelaksana pembantu 2 orang mahasiswa dilibatkan.

Kata Kunci: Sumber Daya Manusia, Pedagang Cenderamata, *English Hospitality*, Kawasan Pariwisata Mandalika

PENDAHULUAN

Corona Virus Disease (Covid-19) di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) terkonfirmasi pasien pertama positif tanggal 24 Maret 2020 melalui konferensi pers Gubernur NTB Zulkieflymansah di gedung Sangkareang,

kota Mataram. Dari saat itu juga diberbagai kanal media massa cetak dan elektronik serta media social Covid-19 massif diberitakan. Fenomena bergesernya aktivitas manusia dari dunia nyata ke dunia maya (disrupsi Covid-19) tidak dapat dihindari. Komunikasi dan interaksi



manusia semula berlangsung bertatap muka secara mendadak harus diadaptasikan dengan penggunaan teknologi digital berbasis online seperti pembelajaran, pertemuan, pelatihan/workshop, ibadah, menawarkan dan membeli produk dengan selalu mengikuti standar protokol kesehatan Covid 19.

Disrupsi Covid-19 sekarang ini juga berdampak pada sistem pemasaran dan penawaran produk para pedagang dan pebisnis. Dominasi aktivitas transaksi dan jual beli awalnya di dunia nyata (offline) sekarang harus diadaptasikan dengan menggunakan teknologi digital berbasis online (every business needs to be online and digital) (Widaswara Yulita R. 2020). Media pemasaran online sebagai satu-satunya kanal paling efektif dalam berinteraksi menyampaikan pesan dan informasi kepada calon pembeli atau pelanggan, menyajikan dan mendapatkan berita terbaru. Jadi dapat dikatakan bahwa di era revolusi 4.0 media online memberikan kontribusi positif bagi para pengguna dan media ini banyak diminati masyarakat baik anak-anak, orang tua dan pedagang. Sekarang ini, media pemasaran online sebagai satu-satunya kanal paling efektif dan banyak diminati masyarakat baik anak-anak, orang tua dan pedagang atau pebisnis dan umumnya digunakan pedagang atau pebisnis ketika berinteraksi menyampaikan pesan dan informasi yang menarik kepada calon pembeli atau pelanggan, menyajikan informasi-informasi tertentu relevan dengan bisnis atau usaha. Menjalankan pemasaran berbasis online sangat mudah dilakukan karena hanya bermodalkan seperangkat komputer, gadget atau smartphone dengan koneksi internet seseorang sangat mudah menarik calon pembeli atau pelanggan dan kemampuan menggunakan diksi atau proper and polite English yang tepat dan efektif juga menjadi faktor penentu.

Program Kemitraan Masyarakat Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram menysasar perempuan kreatif dan produktif pedagang cenderamata (Mitra) Kawasan Pariwisata super prioritas Mandalika Kuta Lombok Tengah.

Dipilihnya Kawasan ini didasari dua permasalahan yaitu: (1) Fakta bahwa rendahnya kemampuan mitra menggunakan bahasa Inggris yang tepat dan efektif, sopan, menarik, interaktif, atraktif menarik yang baik dan benar ketika berkomunikasi dengan wisatawan asing, (2) fakta bahwa menurunnya omzet penjualan mitra selama masa pandemic Covid-19 disebabkan rendahnya kemampuan berkomunikasi nonverbal mitra memasarkan produk melalui pasar virtual (online), maka diksi atau penggunaan Bahasa Inggris yang tepat dan sopan penting diperhatikan untuk menghadirkan calon pelanggan (domestik maupun mancanegara). Dengan demikian, penguatan pemahaman dan keterampilan menggunakan aplikasi pemasaran online (face book, instagram, market place, shopee, toko pedia, buka lapak dan lain-lain) juga diperkuat.

Gambar 01. Jenis produk penjualan Mitra



Gambar 02. Peta lokasi mitra Kawasan Mandalika Kuta Lombok



1.2 Permasalahan Mitra

Kawasan Mandalika Kuta Lombok sekarang ini berkembang relatif pesat, akan tetapi signifikansinya terhadap perbaikan taraf hidup masyarakat lokal/mitra belum terlihat nyata. Sumber Daya Manusia sebagai intellectual capital Mitra Kawasan Mandalika penting diberikan penguatan. Selanjutnya, tim merumuskan dua masalah prioritas untuk ditindaklanjuti yaitu:

(1) Rendahnya kemampuan berkomunikasi mitra menggunakan bahasa Inggris ragam sopan dan tepat, menarik, interaktif, atraktif,

(2) Omzet penjualan mitra menurun selama masa pandemic Covid-19 diduga karena



rendahnya kemampuan komunikasi nonverbal memasarkan produk melalui pasar virtual (online), maka diksi atau penggunaan bahasa yang tepat dan sopan untuk menghadirkan calon pelanggan (domestik maupun mancanegara) penting diperhatikan.

II. SOLUSI PERMASALAHAN

Setelah dilakukan pemetaan masalah, selanjutnya mitra bersama tim PKM STP Mataram menyusun dan merumuskan solusi strategis yaitu:

(1) pelatihan bahasa Inggris Hospitality (tepat dan efektif, sopan, menarik, interaktif, atraktif menarik yang baik dan benar ketika berkomunikasi dengan wisatawan asing), (2) pelatihan dan BIMTEK penggunaan aplikasi pemasaran virtual (online marketing) difokuskan pada pemilihan diksi atau bahasa yang tepat dan sopan (*proper and polite language used*) penting diperhatikan untuk menghadirkan calon pelanggan (domestik maupun mancanegara). Tujuannya yaitu memberikan penguatan pemahaman, keterampilan dan sikap mental wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*). Uraian solusi disepakati sebagai berikut

Solusi yang ditawarkan	Luaran
Pelatihan Bahasa Inggris ragam tepat dan sopan (<i>proper and polite English expressions training</i>) (1) <i>offering helps</i> , (2) <i>daily English marketing terms/expression</i> , (3) <i>daily English marketing gimmick/proper English terms in marketing</i> , (4) <i>English for souvenir sellers</i> , (5) <i>describing products</i> ,	(1) Penguatan bahasa Inggris komunikasi praktis tepat, efektif, sopan, menarik, interaktif, atraktif. (2) Artikel jurnal Media Bina Ilmiah Mataram, media social, media cetak Lokal Lombok Post (3) Modul/bahan ajar Mata Bahasa Inggris Hospitality

METODE PELAKSANAAN

Pengelolaan pariwisata berbasis pada pemberdayaan komunitas lokal (*community-based tourism*) perlu melibatkan seluruh anggota masyarakat. Keterlibatan masyarakat diharapkan dapat meningkatkan taraf kehidupan dan kesejahteraan masyarakat itu sendiri. Demikian halnya dengan keterlibatan perempuan dalam pariwisata. (Lewi, 2019) menyatakan bahwa perempuan dapat menjadi kunci sukses keberhasilan pengelolaan pariwisata. Program PKM terlaksana didasari karena rendahnya kemampuan berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris mitra (*proper and polite language*). Pelaksanaan program terlihat pada bagan berikut.



Uraian pelaksanaan PKM secara detail sebagai berikut:

a. **Pendahuluan.** Tim pelaksana PKM STP Mataram melakukan survey lokasi mengenali kondisi fisik, sosial budaya dan ekonomi, melakukan pengenalan awal tim pelaksana, mitra dan dengan aparaturnya Kuta Lombok Tengah sekaligus meminta ijin lokasi, kemudian tim dan mitra berdiskusi tentang masalah yang prioritas yang segera ditindaklanjuti. Selanjutnya tim bersama mitra menyusun langkah-langkah tindakan aksi (*action taken*) serta merumuskan metode dan strategi pelaksanaan sebagai solusi. Bulan Kesatu, Minggu 1 di lokasi mitra.

b. **Pelaksanaan Program.** Pelaksanaan program bertujuan untuk mendalami permasalahan mitra sekaligus menawarkan solusi strategis. Kegiatannya meliputi; mendalami permasalahan dengan memanfaatkan data dan informasi awal, rekaman atau catatan hasil informasi diisikan ke blanko yang tersedia, dan menyusun rencana



pelaksanaan program. Waktu pelaksanaan pada bulan Kesatu, Minggu 2, dan 3. Selanjutnya kegiatan pelatihan dan pendampingan mitra dengan memperhatikan hal-hal terkait pengaturan jadwal, waktu, dan tempat pelaksanaan, penentuan topik-topik relevan, metode pelatihan, tim melakukan pelacakan awal kemampuan mitra dengan memberikan test awal (pre-test) dan tes akhir (post test) dilakukan setelah workshop atau pelatihan belangsung, kemudian tim melakukan komunikasi atau kordinasi dengan instruktur pakar, dan distribusi uraian tugas tim pelaksana. Tim Pelaksana kegiatan program PKM melibatkan 3 orang dosen dan 2 orang mahasiswa sebagai tenaga pembantu pelaksana.

c. **Monitoring.** Pelaksanaan monitoring dimaksudkan untuk mengetahui kesesuaian antara rencana program dan realisasi atau pencapaian tujuan dari setiap langkah kegiatan. Berbagai kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan monitoring yaitu; monitoring pelaksanaan program, identifikasi hambatan pencapaian target, menyusun dan merumuskan tindakan aksi sebagai upaya pencapaian luaran program, merumuskan strategi evaluasi (perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi). Dilakukan pada bulan Kedua, Minggu 2 dan 4 di lokasi mitra.

d. **Evaluasi, Laporan dan strategi Evaluasi dan keberlanjutan program**

1. **Evaluasi.** Dilakukan untuk mengetahui tingkat capaian atau keberhasilan program, untuk perbaikan keberlanjutan program, yaitu mengkaji bagaimana, respon, motivasi dan kedisiplinan mitra, dan kelancaran penyajian materi, menentukan tingkat capaian program secara jujur, merumuskannya dalam bentuk kuantitatif dan kualitatif dari dua dimensi capaian output dan outcomes, serta menyusun hasil evaluasi sebagai dasar penyusunan laporan akhir dan rekomendasi akhir program. Selanjutnya evaluasi hasil diperoleh melalui interpretasi skor pre-test dan post test.

2. **Pelaporan.** Berikut merupakan uraian laporan akhir pogram yaitu: (a) melakukan pencatatan seluruh kegiatan secara tertib dalam buku kerja dengan tujuan mempermudah menyusun laporan akhir program, (b) menyusun laporan akhir program menggunakan format yang terdapat dalam buku kerja, (c) draft laporan akhir program harus sudah selesai dikerjakan kemudian di seminarkan, (d) menyusun hasil pelaksanaan kegiatan dalam bentuk artikel ilmiah dan media cetak lokal sebagai upaya diseminasi program, (e) presentasi hasil dalam bentuk seminar, (f) menyerahkan laporan akhir program ke LP2M STP Mataram. Partisipasi Mitra dalam pelaksanaan Program. Program ini terselenggara dengan baik karena terjalin kerjasama dan partisipasi aktif mitra bersama tim pelaksana PKM. Adapun kontribusi yang mitra tunjukkan pada program ini yaitu mencari dan menyediakan tempat, menentukan waktu pelaksanaan, memenuhi kebutuhan konsumsi kegiatan, menyediakan alat dan bahan pelatihan, dan menyediakan sarana pendukung kegiatan lainnya, mengikuti seluruh rangkaian kegiatan sesuai jadwal.

3. **Strategi Evaluasi keberlanjutan program** Indikator keberhasilan program PKM (successful indicators of program) ini dielaborasi dalam 4 tahap yaitu: (a) perencanaan, (b) persiapan, (c) pelaksanaan, dan (d) akhir. Evaluasi tahap awal dilakukan untuk memantapkan rencana kegiatan meliputi kesiapan administrasi (rencana koordinasi dan surat menyurat dengan pihak terkait), kesiapan peserta pelatihan yang direkrut, kesiapan fasilitas, yaitu tempat pelatihan. Evaluasi tahap persiapan dilakukan untuk pemantapan kesepakatan waktu para peserta pelatihan, penggandaan materi pelatihan, dan persiapan fasilitas pendukung pelatihan. Sedangkan untuk mengukur keberhasilan pelaksanaan program dijabarkan dalam dimensi output yang meliputi penyajian materi telah mencapai target ideal yakni 95%, penguasaan atau penyerapan materi oleh mitra target ideal 95 %, dan aspek



technical skill dan komunikasi bahasa Inggris dengan target ideal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM

Lokasi dan waktu pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan berlangsung selama 2x pertemuan dengan uraian kegiatan pelatihan (materi, waktu, metode, dan instruktur). Sedangkan Mitra (peserta pelatihan) direncanakan 15 orang peserta di KEK Mandalika. Jumlah peserta 15 orang merupakan target ideal untuk pencapaian maksimal/optimal program.

Materi Pelatihan

Rumusan materi pada program ini tersusun dengan baik karena tim bersama mitra berdiskusi menentukan materi-materi yang relevan seperti: (1) Introduction: Offering helps, daily English marketing terms/expression, (2) daily English marketing gimmick/proper English terms in marketing, (3) English for souvenir sellers, describing products (komunikasi efektif yang khusus dirancang untuk membangun interaksi yang harmonis antara tuan rumah (mitra) dengan wisatawan. Adapun sumberdaya/instruktur kompeten yang dilibatkan pada kegiatan PKM ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

No	Materi yang disajikan	Waktu Pelaksanaan	Metode	Instruktur	Waktu
	Hari Pertama	10.00-11.30			
1	Introduction: Offering helps	12.30- 02.00	Cermah & Diskusi	Primus Gadu/ Wiwik	1,5 jam
2	Daily English marketing terms/expression,	10.00-11.30	Cermah & Diskusi	Kumalasari	1,5 jam
	Hari Kedua	12.30- 02.00			
3	Daily English marketing gimmick/proper English terms in marketing,	10.00-11.30	Cermah & Diskusi	Wiwik Kumalasari/ Primus Gadu	1,5 jam
4	English for souvenir sellers dan describing products,	12.30- 02.00	Praktek		1,5 jam

Kompetensi yang diharapkan

Pelatihan peningkatan kemampuan berkomunikasi bahasa Inggris bagi mitra di KEK Mandalika Lombok Tengah dapat dielaborasi sebagaimana tertera dalam tabel berikut.

Tabel 06. Deskripsi Kompetensi Bahasa Inggris

No	Aspek Kebahasaan	Kompetensi yang diharapkan	Ket
1	Introduction: Offering helps, daily English marketing terms/expression,	Mitra mampu menggunakan istilah- istilah atau ungkapan-ungkapan tentang pemasara yang sopan dan praktis.	Tercapai
2	Daily English marketing gimmick/proper English terms in marketing, English for souvenir sellers	Mitra mampu melakukan interaksi langsung dengan wisatawan dilandasi dengan kemampuan berkomunikasi	Tercapai

Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Berikut merupakan tujuan dan manfaat kegiatan yang hendak dicapai dari kegiatan ini yaitu:

(1) Tujuan Pelatihan yaitu: memberikan wawasan, pengetahuan, dan praktik mitra KEK Mandalika terkait keterampilan berkomunikasi praktis menggunakan bahasa Inggris.

(2) Manfaat Pelatihan: adanya hemat biaya dan waktu untuk mewujudkan harapan peserta dalam peningkatan kemampuan penggunaan bahasa Inggris praktis marketing praktis.

4.5 Strategi Evaluasi Kegiatan

Indikator keberhasilan program (Successful indicators of program) ini dapat dielaborasi dalam 4 tahap yaitu: (a) Mulai dari tahap perencanaan, (b) tahap persiapan, (c) tahap pelaksanaan, (d) Akhir kegiatan.

1) Evaluasi tahap awal perencanaan kegiatan, dilaksanakan untuk menantapkan rencana kegiatan yang dilakukan. Indikator penilaiannya adalah: Kesiapan administrasi (rencana koordinasi dan surat menyurat dengan pihak terkait),

2) Kesiapan mitra pelatihan yang direkrut;



3) Kesiapan fasilitas, yaitu tempat pelatihan. Evaluasi tahap persiapan dilakukan untuk pemantapan kesepakatan waktu para mitra, penggandaan materi pelatihan, dan fasilitas pendukung pelatihan.

4) Evaluasi dan umpan balik dalam proses pelaksanaan kegiatan untuk perbaikan program, yaitu mengkaji bagaimana, respon, motivasi dan kedisiplinan mitra, dan kelancaran penyajian materi.

Indikator keberhasilan diuraikan dalam dua dimensi, yaitu:

(1) Dimensi output: Pengukuran dapat didasarkan pada (a) penyajian materi telah mencapai dengan target yang ideal 85%, (b) penguasaan atau penyerapan materi yang dicapai oleh peserta target ideal 80 %, (c) aspek kemampuan praktis peserta pelatihan.

(2) Dimensi outcomes terdiri dari: (a) peserta memiliki kepraktisan/agresivitas atau inisiatif aktif peserta menggunakan ungkapan- ungkapan sopan ketika berkomunikasi dengan wisatawan.

(3) Selanjutnya, peneliti mempresentasikan data hasil tes awal dengan data hasil tes akhir, seperti pada table berikut.

Tabel 4.2 Hasil Pre-test dan Post-test

No	Penilaian PRE-TEST			Jumlah skor	No	Penilaian POST-TEST			Jumlah skor
	A	F	SI			A	F	SI	
1	55	60	65	185	1	55	60	75	190
2	65	65	65	190	2	70	70	75	215
3	55	60	60	175	3	60	65	65	190
4	60	65	65	190	4	65	70	70	205
5	60	60	60	180	5	60	65	65	190
6	85	85	90	240	6	90	90	90	270
7	60	65	65	190	7	70	70	65	205
8	90	90	90	255	8	95	95	95	285
9	55	60	60	175	9	60	65	60	185
10	60	60	60	180	10	65	65	60	190
11	70	75	75	210	11	80	80	75	235
12	60	60	60	180	12	65	65	60	190
13	60	65	65	190	13	70	70	70	210
14	75	80	85	240	14	80	80	85	245
15	50	60	60	170	15	60	65	65	190
Jumlah				2950	Jumlah				3195
Rata-rata				1.96	Rata-rata				2.13

Tabel di atas menggambarkan nilai hasil test awal mitra (pre-test) dengan rerata 1.96 atau pada kategori RENDAH. Sedangkan nilai post test dengan rata-rata 2,13 pada ketegori CUKUP. Indikator Accuracy ini dalam test awal nilai rata-rata mitra adalah 64 (Baik), dan indikator Fluency on speaking 67 (Baik)

sedangkan sequential ideas (flow chronologically order) (SI) dengan nilai rata-rata 67 (Baik). Jadi, masing-masing indicator kemampuan mitra pada kategori BAIK. Kemudian hasil post test untuk masing-masing indicator yaitu; Accuracy (69.7) berada pada kategori BAIK, Fluency on speaking 7,1 pada kategori BAIK, sedangkan sequential ideas (flow chronologically order) (SI) mendapatkan nilai rata-rata 7.01 (BAIK). Dari hasil post test untuk masing- masing indicator berada pada kategori BAIK.

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini terlaksana karena beberapa faktor pendukung yaitu:

- Mitra sangat aktif ikut dalam program ini, bahkan meminta kepada tim PKM untuk menyelenggarakan pelatihan yang sama dengan jangka waktu yang lama dan terjadwal.
- Support finansial dari LP2M STP Mataram sehingga terselenggaranya kegiatan pengabdian ini.
- Narasumber yang kompeten sebagai upaya peningkatan keterampilan berbicara bahasa Inggris Mitra di KEK Mandalika Kuta Lombok. Sedangkan temuan beberapa kendala/hambatan sebagai berikut:

- Mengatur dan menyesuaikan waktu pelatihan, upaya mengatasinya adalah melakukan komunikasi lebih awal dengan koordinator mitra,
- Menyesuaikan waktu dengan narasumber. Usaha mengatasinya adalah pelaksana memilih waktu sesuai dengan kesediaan narasumber itu sendiri kemudian dikomunikasikan dengan peserta;

Dari data hasil capaian kegiatan di atas dapat dijelaskan bahwa ternyata dari sisi dimensi output, tampak bahwa motivasi dan partisipasi mitra sangat positif dalam memajukan KEK Mandalika Kuta Lombok Tengah dengan indikatornya adalah hasil dan



impresi positif terhadap pelaksanaan pelatihan yang digelar selama 2x pertemuan terjadwal.

4.7 Rekomendasi

Program ini terselenggara dengan tujuan memberikan penguatan pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill) dan sikap (attitude) mitra. Sehingga untuk mewujudkan tujuan tersebut diperlukan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dari akademisi, pemerintah dan pemerhati pariwisata. Dengan memperhatikan kondisi geografis Desa Kuta Lombok Tengah dan permasalahan mendasar yang dihadapi mitra maka program penguatan Sumber Daya Manusia pariwisata untuk selanjutnya tidak saja menasar kelompok pedagang cenderamata tetapi juga pada kelompok-kelompok pengrajin lain yang bergerak pada industri rumahan (home industry) seperti perajin tenun ikat tradisional, kelompok pedagang asong, kuliner khas Lombok dan kelompok lainnya. Program berkelanjutan yang diharapkan mitra menyangkut hospitality/keramahtamahan melayani pelanggan (aspek psikologi pelayanan), penguatan kebahasaan (aspek komunikasi dan interaksi), penguatan sikap dan jiwa usaha mandiri.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan paparan hasil kegiatan dan pembahasannya, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

- a. Adanya motivasi yang kuat oleh para peserta pelatihan, sehingga perlu dikembangkan secara terus menerus dalam rangka mencapai hasil lebih optimal.
- b. Capaian hasil kegiatan sangat baik dengan merujuk dimensi output dan outcomes.

Saran

Selanjutnya, dari simpulan tersebut, maka dapat dijabarkan beberapa saran, yakni:

- a. Perlu adanya keterlibatan akademisi untuk memberikan pemahaman atau pelatihan tentang penggunaan ekspresi-ungkapan sopan (polite language terms) dalam berbahasa.

- b. Mitra perlu mendapat penguatan, peningkatan dan refreshment kebahasaan dengan para pakar bahasa agar terbentuk pola komunikasi dan interaksi yang baik antara mitra dengan wisatawan sehingga berdampak pada meningkatnya omze penjualan mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gadu, Mahsun, Jumail. 2017. Kemampuan Berbahasa Inggris Praktis dan Hospitality Pedagang Asong dan Souvenir Kawasan Pariwisata Pantai Kuta dan Selong Belanak Lombok Tengah. Media Bina Ilmiah. I ISSN.2615-3505 <http://www.lpsdimataram.com>.
- [2] Mahsun, Bagiastra, Gadu. 2019. Bimtek Manajemen Keuangan Pedagang Cenderamata Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kuta Lombok Tengah. Hospitality 87.Vol.8 No.2. <http://stp-mataram.ejournal.id/JHT>
- [3] Yoges, Sharaha, dan Roopan. Digital Marketing. Department of Computer Science and Engineering, Sri Krishna College of Technology Coimbatore, Tamil Nadu, India, 641042
- [4] Yunarni Tri Reinelda, Haris Abdul. Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Lombok. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>.
- [5] Terakreditasi Peringkat 5 (No. SK: 85/M/KPT/2020). Vol. 4.No. 3 Juli 2020.p-ISSN: 2598-9944 e- ISSN: 2656-6753
- [6] Widawara Yulita R. 2020. Framing Analysis of Covid-19 News on Social Media Instagram Lombok. Media Bina Ilmiah.Vol.15 No.1 Agustus 2020.ISSN 2615-3505. <http://www.lpsdimataram.com>.



-
- [7] Zacharias, J.M, 2015, Strategy Marketing:
- [8] Gimmick. Retrieved from <http://www.jmzacharias.com/strategi-marketing-gimmick/>