
Transformatif

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Transformatif

Jurnal Pengabdian Masyarakat

ISSN: 2745-3847 (P) ISSN: 2745-3855 (E)
Vol. 4, No. 1, Januari-Juni 2023

EDITORIAL TEAM

Editor-in-Chief

Sulhani Hermawan, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Editorial Board

Fathurrohman Husen, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Ahmad Saifuddin, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Nur Tanfidiyah, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Section Editor

Moh. Taufik, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Angga Dwi Prasetyo, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Venny Kurnia Andika, STIKES Panti Waluyo, Indonesia
Intan Chairun Nisa, Universitas Negeri Malang, Indonesia
Betty Eliya Rokhmah, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Reviewers

Zainul Abas, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Fathan Dj, UIN Raden Mas Said Surakarta, Surakarta
Khasan Ubaidillah, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Mokhamad Zainal Anwar, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Akhmad Anwar Dani, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
M. Endy Saputro, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Abraham Zakky Zulhazmi, UIN Raden Mas Said Surakarta,
Indonesia
Nur Rohman, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Ferdin Arifin, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Muhammad Fuad Zain, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji
Saifuddin Zuhri, Indonesia
Ahmad Izudin, UIN Sunan Kalijaga Sunan Kalijaga, Indonesia
Hermawan Seftiono, Universitas Trilogi, Indonesia

Transformatif

Jurnal Pengabdian Masyarakat

ISSN: 2745-3847 (P) ISSN: 2745-3855 (E)
Vol. 4, No. 1, Januari–Juni 2023

Daftar Isi

Increasing the Learning Motivation of Three-Dimensional Material for 5th Grade in Public Elementary School 2 Palaan Through SALAM Media “Snake & Ladder Math”

Halimatus Sa'diyah, Atiris Syari'ah, Indah Nur Hikmatus Shoumi, Ainur Rohmah, Imam Buchori

1 - 14

Pelaksanaan Psikososial Berbasis Budaya Lokal Sebagai Upaya Pemulihan Trauma Pasca-Gempa Cianjur

Fitria Nurulaeni, Rizqi Ardiansyah, Sundari, Ujang Nurzaman, Zulfatul Amalia

15 - 30

Pendampingan Bimbingan Pranikah dengan Aspek Psikologis dan Agama di Lembaga KUA Kota Kediri dalam Mewujudkan Keluarga Maslahat

Mu'awanah, Nila Zaimatus Septiana, Sheila Fakhria

31 - 46

Pendampingan Komunikasi Bahasa Inggris dalam Pemasaran Hasil UMKM di Dusun Pamulung, Kabupaten Sumbawa

Umar, Supriadin

47 - 62

**Implementasi Metode BCM (Bermain, Cerita,
dan Menyanyi) terhadap Motivasi Santri
dalam Proses Belajar di TPQ Al-Fattah Desa
Wironanggan**

Wiwini Mariyana, Angga Dwi Prasetyo

63 - 76

**Penguatan Motivasi Berqurban kepada Wali
Murid di TKIT Ibunda Jatipuro**

Rohmatun Nurjanah, Juhdi Amin, Fathurrohman Husen

77 - 94

**Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis
Dana Sosial Keagamaan di Temanggung**

Waluyo, Indah Piliyanti

95 - 110

**Pemberdayaan Santri PPTQ Abi Ummi
Boyolali dalam Mencegah dan Menanggulangi
Penyebaran Covid-19**

Abid Nurhuda

111 - 123

PENDAMPINGAN KOMUNIKASI BAHASA INGGRIS DALAM PEMASARAN HASIL UMKM DI DUSUN PAMULUNG, KABUPATEN SUMBAWA

Umar^{1*}, Supriadin²

¹ Sekolah Pascasarjana Manajemen Inovasi, Universitas Teknologi
Sumbawa, Indonesia

² Tadris Bahasa Inggris, Sekolah Tinggi Agama Islam Sumbawa, Indonesia

Abstract

Keywords:
assistance;
communi-
cation;
English;
marketing

This program aims to provide experience, information and new knowledge related to the use of basic English during marketing results by the Gita Tambora Tourism Ambassador UMKM sector group, in Dusun Pamulung. The institutions participating in the community service activities are the Kencana Beach Cottages Travel Agency, the Postgraduate School of the Sumbawa University of Technology (UTS), the Sumbawa Islamic College (STAIS), and the UMKM Group Gita Tambora Tourism Ambassador with assistance for a certain period. The activity was carried out 5 February 2023, 24 February 2023 and 10 March 2023. There were five stages, namely; 1) survey activities; 2) interviewing; 3) setting up the sales area; 4) providing basic English communication; and 5) getting ready to serve guests. The results of these activities are: 1) travel agencies gain the trust of the tourism market; 2) Lecturers and students can implement their knowledge and experience; and 3) MSME groups can increase new knowledge regarding how to communicate using basic English with foreign guests. In addition, it will be increasing the economic value from sales souvenirs they sell.

Correspondence:
*umar@uts.ac.id

Abstrak

Kata kunci:
*Bahasa
Inggris;
komunikasi;
pemasaran;
pendampingan*

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pendampingan penggunaan komunikasi Bahasa Inggris yang bertujuan untuk memberikan pengalaman, informasi, dan pengetahuan baru terkait penggunaan Bahasa Inggris dasar selama pemasaran hasil oleh kelompok UMKM Gita Tambora Duta Wisata, Dusun Pamulung. Pihak yang terkait dalam kegiatan pengabdian adalah Instansi Kencana Beach Cottages Travel, Sekolah Pascasarjana Universitas Teknologi Sumbawa (UTS), Sekolah Tinggi Agama Islam Sumbawa (STAIS), dan Kelompok UMKM Gita Tambora Duta Wisata dengan pendampingan selama periode tertentu. Kegiatan berlangsung dari tanggal 5 Pebruari 2023, 24 Pebruari 2023, dan 10 Maret 2023. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan lima tahap yaitu; 1) kegiatan survei, 2) melakukan wawancara, 3) penataan area jual, 4) penyampaian arahan komunikasi dasar Bahasa Inggris, dan 5) persiapan untuk melayani tamu. Adapun hasil dari kegiatan tersebut yaitu; 1) Instansi travel memperoleh kepercayaan pasar pariwisata, 2) Dosen dan Mahasiswa dapat mengimplementasikan keilmuannya dalam tataran lapangan, dan 3) Kelompok UMKM dapat meningkatkan pengetahuan baru berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris dasar bersama tamu asing. Selain itu, terjadi peningkatan terhadap nilai ekonomi atas penjualan souvenir yang dijajakan.

Pendahuluan

Pada zaman transisi menuju modernitas, semua hal dipaksa berkembang mengikuti arus teknologi. Tanpa terkecuali industri kecil dan menengah atau UMKM yang notabene sebagai salah satu pemberi kontribusi pendapatan terbesar pada suatu negara (Khayati, Pratama, & Anas, 2022). Peranan Usaha Kecil Menengah dalam me-

ngembangkan perekonomian nasional salah satunya ditunjukkan melalui ditetapkannya Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil, dan selanjutnya diikuti dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 32 Tahun 1998 Tentang Pembinaan Dan Pengembangan Usaha Kecil. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia berperan besar bagi dunia perekonomian. Hal ini dapat dibuktikan ketika pada tahun 1997 saat terjadi krisis moneter, perusahaan besar banyak yang bangkrut. Akan tetapi, bisnis UKM atau UMKM justru menjadi tulang punggung perekonomian pada saat itu, karena dianggap lebih dinamis daripada perusahaan besar. UMKM menjadi salah satu bagian penting dalam suatu perekonomian di daerah maupun nasional (Yasin & Hari Susanta Nugraha, 2015). UMKM di Indonesia selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi, karena tidak sedikit dari jumlah penduduk Indonesia yang masih berpendidikan rendah sehingga harus hidup dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah, baik di sektor tradisional maupun modern. Hal senada juga di sampaikan oleh (Kurdaningsih & Anwar, 2020) yang menyatakan bahwa UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) memiliki peranan dan kontribusi yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia.

Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sumbawa cukup banyak. Produk yang potensial, seperti; kopi, madu, permen susu, manjareal, masin, kerupuk atom, usaha souvenir, pokdarwis dan lainnya terus dibina agar semakin berkembang. Selanjutnya, menurut Sutanty et al., (2022) bahwa sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Pulau Sumbawa terus menggeliat. Ini terlihat pada data penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) per 31 Juli 2022, dimana Kabupaten Sumbawa tertinggi mengakses KUR sebanyak Rp 596,27 miliar dengan jumlah 15.617 debitur. Peningkatan ini kemungkinan dengan banyaknya event diselenggarakan, investasi mulai masuk dampaknya UMKM bertambah dan akses KUR ikut melonjak.

Melihat fenomena kemanfaatan UMKM tersebut, Pemerintah Kabupaten Sumbawa bermaksud untuk memanfaatkan peluang yang ada guna turut mendorong dan membantu perkembangan potensi industri yang ada di Sumbawa, salah satunya adalah industri tenun yang berada di Dusun Pamulung, Desa Karang Dima, Kecamatan Labuhan Badas. Kawasan ini dianggap sebagai daerah sentral untuk pusat produksi Tenun. Produksi tenun di Dusun Pamulung disiapkan secara khusus untuk menjadi souvenir tamu-tamu asing yang berkunjung ke lokasi tersebut.

Berkunjungnya para tamu asing dan membeli souvenir tenun di Desa Pamulung menjadi kebermanfaatan bagi warga desa, baik secara materi (*income* finansial) maupun imateri (citra dan reputasi baik desa). Selain itu, warga Desa Pamulung melalui UMKM yang ada juga dapat memperoleh para pelanggan dari luar negeri. Namun demikian, hal ini sekaligus menjadi kendala, di mana para warga dan pengelola UMKM kurang memahami bahasa pengantar dalam tingkat komunikasi global, yakni Bahasa Inggris. Hal itu dirasa penting, karena tamu-tamu asing tersebut menggunakan Bahasa Inggris ketika berkomunikasi serta ketika hendak berbelanja ataupun menawar sesuatu yang akan mereka beli. Ini senada dengan Nicoleta-Marian (2015) selama dekade terakhir, bahasa Inggris telah memperoleh status bahasa non-asli yang paling banyak diajarkan dalam masyarakat kontemporer, dan bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi internasional untuk bisnis, tujuan atau ilmiah.

Keberadaan Bahasa Inggris menjadi salah satu bahasa komunikasi internasional dalam dunia bisnis saat ini. Hal ini senada dengan pendapat (Quest, Anghel, & Romaneasca, 2015) bahwa selama dekade terakhir, Bahasa Inggris telah memperoleh status bahasa non-asli yang paling banyak diajarkan dalam masyarakat kontemporer, dan bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi internasional, baik dalam ranah bisnis, maupun tujuan atau ilmiah. Bahasa Inggris memainkan peran utama dalam banyak hal termasuk pendidikan, kedokteran, teknik, studi lanjutan, bisnis,

teknologi, perbankan, komputasi, pariwisata, dan lain sebagainya (Suparman, 2017). Ditambahkan oleh Adawiyah (2021), Bahasa Inggris juga turut memainkan peran penting dalam mendukung kondisi sosial dan ekonomi masyarakat saat ini untuk dapat hidup secara elektronik.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Dusun Pamulung ini adalah sebagai bentuk partisipasi aktif akademisi di tengah masyarakat, khususnya dalam membantu mengatasi permasalahan masyarakat tentang kurangnya pemahaman mereka dalam penggunaan bahasa pengantar, Bahasa Inggris, ketika berkomunikasi dan berinteraksi dengan wisatawan dan tamu dari luar negeri. Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Dusun Pamulung dilakukan secara spesifik melalui pendampingan terhadap bagaimana cara, proses, dan pola komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh para perajin di UMKM guna memasarkan hasil usaha mereka kepada para pengunjung asing, khususnya dengan menggunakan pengantar Bahasa Inggris.

Mengenai kegiatan pendampingan yang dilakukan ini, penggunaan Bahasa Inggris dalam proses pengabdian, pemberdayaan, ataupun riset ilmiah dalam pemasaran hasil usaha sebenarnya sudah banyak dilakukan. Beberapa di antaranya adalah tulisan Akbar, Burhanuddin, Ali, & Mustafa (2022) mengenai peningkatan mutu UMKM pariwisata dan ekonomi kreatif yang didukung oleh program *Basic English for Marketing*; penggunaan Bahasa Inggris dalam proses pemasaran produk UKM di Kabupaten Toba (Sitinjak et al., 2022); pelatihan Bahasa Inggris dalam kegiatan marketing bagi kelompok P2MM Kabupaten Kubu Raya (Kusumaningsih, Syahadati, Susanti, & Kurniawati, 2021); dan pelatihan Bahasa Inggris bagi UMKM desa wisata di Kabupaten Kampar (Agustiani, Syaiful, & Martina, 2022).

Beberapa tulisan pengabdian sejenis lainnya yang membahas tentang pendampingan Bahasa Inggris, diantaranya adalah pengabdian dari Wati, Anggaira, Sari, & Andianto (2021) yang mem-

bahas tentang Kegiatan pendampingan pembelajaran bahasa Inggris dengan menggunakan media digital untuk anak usia dini. Dalam tulisannya, Wati et al., menjelaskan bahwa sasaran dari kegiatannya adalah untuk memberikan keterampilan dan kemampuan dalam pembelajaran bahasa Inggris untuk anak-anak usia dini yang dikemas dengan menggunakan media digital. Dalam hal ini, pelatihan yang dilakukan bertujuan untuk memberikan pelatihan mampu mengeja, mengucapkan dan menyusun kalimat dalam berbahasa Inggris. Tulisan lainnya dari Dewi Surani, (2020) juga berkaitan dengan pelatihan Bahasa Inggris bagi UMKM Materi English Transactions dan Promotions di BUMN Cilegon. Dalam tulisannya, Dewi Surani menjelaskan Pelatihan diawali dengan kegiatan pemberian informasi mengenai ilmu *business speaking* dengan tema *business* transaksi dan *public speaking* dengan tema presentastion skills dan juga memberikan contoh teks teks bahasa Inggris tentang transaksi jual beli produk UMKM.

Persamaan pengabdian penulis dengan kedua penulis tersebut adalah sama-sama membelajarkan bahasa Inggris kepada partisipannya. Namun perbedaannya adalah, Wati et al., fokus pada kemampuan mengeja, mengucapkan dan menyusun kalimat dalam berbahasa Inggris, selanjutnya, Dewi Surani, fokus pada *business* transaksi dan *public speaking*, sementara pengabdian penulis fokus pada pendampingan komunikasi Bahasa Inggris kepada tamu Asing.

Penggunaan Bahasa Inggris juga dipandang berperan terhadap kemampuan berbahasa para pengelola UMKM. Hal ini dapat dilihat pada riset di Sumatera Utara, khususnya dalam meningkatkan *confidence* dalam pasar internasional yang dibangun (Ramadani & Hasibuan, 2022); menjadi penunjang dalam pemasaran kerajinan di Desa Wisata Trangsan, Sukoharjo melalui produk Katalog Dwibahasa (Perwira et al., 2022); serta bermanfaat bagi pelaku usaha pemula dalam mengintegrasikan penggunaan Bahasa Inggris dengan kegiatan pemasaran kewirausahaan berbasis digital (Anggraini, Mutia, Hadiyana, & Subali, 2022). Dengan demikian, bagaimana kebermanfaatannya dari penggunaan Bahasa Inggris ini di-

rasa menjadi aspek yang penting dan akan terus bersifat *long lasting*, terutama ketika beriringan dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi dalam upaya untuk bidang usaha, kewirausahaan, maupun pariwisata.

Metode Pengabdian

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilaksanakan secara langsung dalam bentuk kerja sama antara instansi Kencana Beach Cottages Travel dengan Lembaga Perguruan Tinggi Sekolah Pascasarjana Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) dan Sekolah Tinggi Agama Islam Sumbawa (STAIS) yang ada di daerah Kabupaten Sumbawa, dengan UMKM Gita Tambora Duta Wisata, Dusun Pamulung. Adapun pelaksana pengabdian (tim pengabdian) dalam kegiatan adalah Dosen Sekolah Pascasarjana UTS, Dosen STAIS, dan sejumlah mahasiswa Jurusan Tadris Bahasa Inggris STAIS.

Tahapan kegiatan yang dilakukan meliputi: 1) Kegiatan survei yang dilakukan bersama dengan tim teknis dari Kencana Beach Cottages Travel di area UMKM Gita Tambora Duta Wisata, Dusun Pamulung yang akan dikunjungi oleh tamu asing; 2) Mewawancarai para pengrajin terkait harga tenunan dan hasil kerajinan yang akan mereka jual; 3) Menata tempat jualan hasil pengrajin; 4) Memberikan arahan komunikasi dasar Bahasa Inggris ketika tamu mendekati jualan mereka, dan 5) Melakukan persiapan bersama pengrajin untuk melayani tamu asing yang berbelanja.

Hasil dan Pembahasan

1. Melakukan kegiatan survei

Kegiatan PKM pendampingan komunikasi Bahasa Inggris pada pemasaran hasil UMKM di Dusun Pamulung, Kabupaten Sumbawa pada tanggal 5 Pebruari 2023, 24 Pebruari 2023, dan 10 Maret 2023. Dalam kegiatan survei ini, dilakukan beberapa kegiatan

antara lain: memastikan lokasi pendampingan yang akan dilakukan, melakukan pertemuan langsung (tatap muka) dengan pelaku UMKM, dan mengidentifikasi hasil usaha dari para perajin. Selanjutnya, tim teknis Kencana Beach Cottages Travel, para dosen, dan mahasiswa mengadakan pertemuan untuk membahas hal-hal yang harus dipersiapkan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dimaksud. Dalam kegiatan pengabdian ini, dosen dan mahasiswa berperan sebagai pendamping komunikasi ketika tamu asing berbelanja. Dalam proses survei ini, diperoleh data awal yang kemudian didokumentasikan sebagai catatan penting, serta dikordinasikan sebagai informasi persiapan guna menentukan dan melaksanakan tahapan berikutnya.

Melalui hasil Survei yang dilakukan, didapat bahwa lokasi pendampingan memerlukan penataan yang cocok, sehingga memberikan kenyamanan bagi para pengunjung area wisata. Senada dengan Khalik, (2014) yang menyatakan bahwa kenyamanan dan keamanan menjadi kondisi yang sangat penting dalam industri pariwisata. Ditambahkan oleh Utami, (2022) yang menyatakan bahwa kebersihan fasilitas di sebuah restoran sangat penting untuk dijaga, karena itu sangat berpengaruh dengan kenyamanan dari tamu maupun staf yang ada didalamnya. Disamping itu, tim pendamping mengidentifikasi produk-produk yang akan dipasarkan. Berdasarkan hasil survei tersebut, tim pendamping melakukan penataan area pemasaran hasil UMKM bersama pengrajin, dan pembersihan lingkungan area dan area sekitarnya

2. Melakukan wawancara (interview) dengan para perajin

Setelah melakukan survei dan menyiapkan hal-hal yang diperlukan selama proses pengabdian, tim pengabdian selanjutnya melakukan wawancara dengan para pengrajin terkait beberapa informasi, antara lain adalah: 1) jenis dan kriteria souvenir yang akan dipasarkan pada tamu asing; 2) harga souvenir; dan 3) nilai mata Uang Rupiah apabila dikonversi dari mata Uang Dollar. Data terkait dengan

suvenir ini dapat digunakan sebagai pelengkap informasi, yang selanjutnya dapat ditindaklanjuti sebagai informasi berbahasa Inggris yang dapat diinformasikan kepada para tamu atau wisatawan asing.

Adapun dari hasil wawancara dengan subjek pendampingan, didapatkan data bahwa kelompok UMKM tidak memiliki kemampuan komunikasi Bahasa Inggris dasar. Komunikasi pemasaran global dibutuhkan kemampuan bahasa internasional. Hal ini senada dengan Juriana, (2018) yang menyatakan bahwa pentingnya bahasa Inggris sebagai suatu bahasa global sudah tidak diragukan lagi dan menjadi seorang pengguna bahasa yang mampu berbahasa Inggris adalah tuntutan setiap saat. Selain itu, tim pendamping juga mendapatkan gambaran hal lain terkait jenis dan harga souvenir yang dipasarkan.



Gambar 1

Proses wawancara dengan para Pengrajin

3. Melakukan penataan pada lokasi penjualan

Kegiatan pendampingan juga dilakukan dengan membantu para perajin untuk melakukan penataan pada lokasi penjualan souvenir. Dalam hal ini, penataan lokasi penjualan dipandang penting

untuk menunjang dan menambah nilai estetika pada proses pemasaran. Selain itu, penataan lokasi penjualan ini juga bertujuan untuk mempermudah akses bagi para wisatawan asing yang berkunjung. Berdasarkan hasil diskusi dan pemetaan, sejumlah hal yang dilakukan dalam proses penataan lokasi penjualan ini, antara lain yaitu: 1) pembersihan lingkungan area yang digunakan untuk pemasaran dan penjualan, termasuk area di sekitarnya; 2) melakukan penataan pada posisi setiap souvenir yang dipasarkan agar dapat terlihat secara jelas bagi para tamu asing, dan 3) memberi label harga yang jelas pada setiap souvenir sesuai dengan data informasi yang telah dihimpun dan diperoleh melalui wawancara dengan para perajin.



Gambar 2

Kegiatan penataan lokasi jual dan pemasaran kerajinan

4. Memberikan arahan komunikasi dasar Bahasa Inggris

Tim pengabdian yang terdiri dari Dosen dan mahasiswa secara khusus bertugas untuk mendampingi para perajin ataupun penjual souvenir pada lokasi pengabdian. Dalam tahapan ini, tim pengabdian berbaur dan berkumpul bersama dengan para perajin dengan tujuan untuk memberikan arahan ketika tamu asing mulai memasuki area

penjualan dan perbelanjaan souvenir. Adapun hal-hal yang mendasar yang disampaikan dalam proses tahapan ini, yaitu; 1) berusaha untuk tetap tenang dan mengawali dengan senyuman terbaik ketika tamu masuk area; 2) menyampaikan salam global kepada para tamu, yaitu “*Good Morning*”, 3) mempersilahkan tamu masuk dengan menggunakan kalimat “*come in please*”!, 4) menawarkan diri untuk membantu para tamu, berupa kalimat, “*what can I do for you please ?, or what can I help you?*”; dan 5) setelah para tamu melihat-lihat atau berbelanja, selanjutnya ucapkan kalimat “*thanks for your coming and have nice trip, see you, good bye*”.

5. Bersiap melayani tamu asing

Setelah melakukan empat kegiatan tersebut, seluruh tim pendamping masuk arena pendampingan, guna melayani tamu semaksimal mungkin. Kegiatan pendampingan secara langsung dilakukan dengan memberikan bantuan dalam pelayanan pembelian, mendengar keluhan tamu apabila ada, mengkonversi mata uang para tamu asing ke mata uang Rupiah dan mengembalikan sisa uang belanja kepada tamu, ketika ada tamu yang berbelanja menggunakan uang di atas harga standar.

Secara visual, proses pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian terhadap para perajin dan pengusaha di lokasi pengabdian, khususnya ketika melayani para tamu asing, dapat dilihat pada beberapa dokumentasi sebagai berikut:





Gambar 3

Proses pendampingan oleh tim pengabdian terhadap para perajin saat melayani sejumlah tamu atau wisatawan asing yang berbelanja

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Dosen Sekolah Pascasarjana UTS, Dosen STAIS dan Mahasiswa Jurusan Tadris Bahasa Inggris STAIS bekerjasama dengan Kencana Beach Cottages Travel dan Kelompok UMKM Gita Tambora Duta Wisata, Dusun Pamulung, Kabupaten Sumbawa, pada dasarnya mampu memberikan kemanfaatan khusus bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Dalam kegiatan pengabdian ini, hasil pemasaran UMKM dapat meningkatkan pengetahuan baru terkait cara berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris dasar bersama tamu asing, namun yang lebih aktif adalah para pendamping. Terkait hal tersebut diharapkan kedepannya kelompok UMKM lebih aktif, sehingga pada periode-periode kegiatan berikutnya tidak membutuhkan lagi para pendamping dan mampu melakukannya secara mandiri. Selain itu, Instansi Kencana Beach Cottages Travel memperoleh kepercayaan pasar pariwisata karena mampu memberikan pelayanan maksimal kepada tamu selama berkunjung di Kabupaten Sumbawa, dalam kaitannya dengan kerajinan tenun sebagai suvenir wisata. Selain itu, terjadi pula adanya peningkatan nilai ekonomi dari hasil penjualan suvenir yang mereka jual karena pasar pariwisata yang diterima dinilai semakin meluas.

Keaktifan para pendamping memberikan kontribusi yang baik selama proses kunjungan wisata asing, sehingga mampu meningkatkan nilai pemasaran. Namun demikian, disarankan kepada para pendamping untuk dapat membuat program pelatihan khusus di luar kegiatan kunjungan. Hal ini penting supaya para anggota kelompok UMKM bisa mandiri dalam mengelola kegiatannya tanpa harus menghadirkan para pendamping bahasa Inggris lagi.

Adapun keterbatasan pelaksanaan pengabdian, yaitu terkait usia anggota kelompok UMKM yang sudah cukup umur, jadi sangat sulit mengikuti pola-pola komunikasi yang sedang dilakukan oleh para pendamping karena mereka hanya mendapatkan informasi dasarnya saja. Disarankan kedepannya, supaya melibatkan anak-anak remaja yang masih *fresh* kemampuan berpikir dan daya ingatnya, sehingga mampu menyerap keilmuan lebih banyak.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Instansi Kencana Beach Cottages Travel, Sekolah Pascasarjana Universitas Teknologi Sumbawa (UTS), Sekolah Tinggi Agama Islam Sumbawa (STAIS), dan Kelompok UMKM Gita Tambora Duta Wisata telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait pendampingan komunikasi Bahasa Inggris pada pemasaran hasil UMKM di Dusun Pamulung, Desa Karang Dima, Kecamatan Labuhan Badas, Kabupaten Sumbawa.

Daftar Pustaka

- Adawiyah, D. (2021). The Importance of English in Business Communication. *Jurnal Adminika*, 7(1), 178–186.
- Agustiani, A., Syaiful, S., & Martina, E. (2022). Pelatihan Bahasa Inggris bagi UMKM di Desa Wisata Kampung Patin Kabupaten Kampar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2437–2442. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i7.714>

- Akbar, A., Burhanuddin, Ali, A., & Mustafa, M. Y. (2022). PKM Peningkatan Mutu UMKM Pariwisata Ekonomi Kreatif Melalui Program Short Course of Basic English for Marketing. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian*. Makassar: LP2M Universitas Negeri Makassar.
- Anggraini, Y., Mutia, R. D., Hadiyana, R. W., & Subali, D. (2022). Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Digital Dan Penggunaan Bahasa Inggris Untuk Pelaku Usaha Pemula. *Bemas: Jurnal Bermasyarakat*, 2(1), 35–42. <https://doi.org/10.37373/bemas.v2i1.127>
- Dewi Surani, A. C. K. (2020). *Pelatihan Bahasa Inggris Bagi UMKM Materi English Transactions dan Promotions di Rumah Kreatif BUMN (RKB)-Cilegon*. 3(2), 55–60.
- Juriana, J. (2018). Pentingnya Penggunaan Bahasa Inggris dalam Komunikasi Dakwah pada Era Global. *Mawa'Izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 8(2), 241–258. <https://doi.org/10.32923/maw.v8i2.773>
- Khalik, W. (2014). Kajian Kenyamanan Dan Keamanan Wisatawan Di Kawasan Pariwisata Kuta Lombok. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 01, 23–42. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2014.v01.i01.p02>
- Khayati, A., Pratama, A. R., & Anas, M. T. (2022). Fenomena Kinerja dan Struktur Pasar Industri Kecil dan Menengah Klaster Batik di Kabupaten Klaten. *Journal of March" ...*, 4(1), 9–20.
- Kurdaningsih, D. M., & Anwar, C. (2020). Pendampingan Keterampilan Berkomunikasi Public Speaking dalam Mendukung Pemasaran Produk UMKM Desa Gedawang Banyumanik Semarang. *Indonesian Journal of Community Services*, 2(2), 181. <https://doi.org/10.30659/ijocs.2.2.181-190>
- Kusumaningsih, C., Syahadati, E., Susanti, E., & Kurniawati, T. (2021). Pelatihan English for Marketing pada Kelompok P3MM Desa PAL IX Kabupaten Kubu Raya. *Gervasi: Jurnal Pengabdian*

Kepada Masyarakat, 5(2), 242–252. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v5i2.2332>

Nicoleta-Marian. (2015). Developing English Communication Skills in a Different Cultural Context: Matches and Mismatches. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 7(1), 169–180.

Peraturan Pemerintah RI Nomor 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.

Perwira, Y. K., Wulandari, D., Yuda, J. P., Priyanto, A. D., Sari, I. M., & Denistia, K. (2022). Pembuatan Deskripsi Produk Katalog Dwibahasa untuk Mendukung Pemasaran Produk Kerajinan Rotan Di Desa Wisata Trangsan, Gatak, Sukoharjo. *Jurnal Abdimas*, 26(1), 24–32. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v26i1.33130>

Quest, U. P., Anghel, R. E., & Romaneasca, R. (2015). *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala Romanian Journal for Multidimensional Education Covered in : Index Copernicus , Ideas RePeC , Predictors of Academic Performance among at -Risk Romanian Youth Lumen Publishing House On behalf of: Lumen.* 7(1), 181–192.

Ramadani, R., & Hasibuan, S. (2022). Peran Kemampuan Bahasa Inggris untuk Meningkatkan Confidence Pasar Internasional dalam Penjualan Produk Lokal pada UMKM Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, Dan Teknologi. Senashtek.* Retrieved from <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek/article/view/215>

Sitinjak, V. N., Sinaga, P., Sembiring, M., Ambarita, E., Simamora, N. J., Racheman, H., ... Manalu, C. J. F. (2022). Praktik Bahasa Inggris dalam Pemasaran Produk UKM di Desa Lumban Pea Timur, Kecamatan Balige, Kabupaten Toba. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Methabdi*, 2(1), 74–77. <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol2No1.pp74-77>

- Suparman, L. (2017). The Effectiveness of the English Conversation to Improve Students' Speaking Skill. *Palapa*, 5(2), 38–52. <https://doi.org/10.36088/palapa.v5i2.45>
- Sutanty, M., Karmeli, E., & Sucihati, R. N. (2022). UMKM Sebagai Pilar Pembangunan Ekonomi Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 1117–1128.
- Undang-Undang RI Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Kecil.*
- Utami, K. D. P. (2022). Penerapan standar kebersihan fasilitas di area swan restoran pada masa pandemi covid - 19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(11), 3016–3037. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i11.210>
- Wati, N. S., Anggaira, A. S., Sari, Y. A., & Andianto, A. (2021). Pendampingan Pembelajaran Bahasa Inggris dengan Menggunakan Media Digital untuk Anak Usia Dini. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 2(1), 8–12. <https://doi.org/10.37295/jpdw.v2i1.179>
- Yasin, H., & Hari Susanta Nugraha, D. (2015). Peningkatan Tata Kelola UKM Melalui Strategi Perbaikan Standar Mutu (Kasus UKM Tenun Ikat Troso Kabupaten Jepara). *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 163–175.