



PENINGKATAN KOMPETENSI BAHASA INGGRIS DALAM LAYANAN PARIWISATA BAGI PEDAGANG SEKITAR BERBASIS MASYARAKAT DI KEK MANDALIKA

Oleh

Sri Wahyuningsih¹, Muharis Ali², Lalu Masyhudi³, Waslan Anwar⁴, Ni Wayan Tisna Sulistiani⁵, Mariano Belarminus D⁶

^{1,2,3,4,5,6}Sekolah Tinggi Parwisata Mataram

Email: ¹sriwahyuningsih04011976@gmail.com, ²muharisali1@gmail.com,

³laloemipa@gmail.com, ⁴waslan45@gmail.com, ⁵tisna97@gmail.com,

⁶marianoBD56@gmail.com

Article History:

Received: 27-11-2025

Revised: 21-12-2025

Accepted: 30-12-2025

Keywords:

Pelatihan Bahasa
Inggris, Pariwisata
Berbasis Masyarakat,
Pedagang Lokal,
Hospitality
Communication, KEK
Mandalika

Abstract: Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika merupakan salah satu destinasi super prioritas nasional yang mengalami peningkatan signifikan kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik. Kondisi ini membuka peluang ekonomi bagi masyarakat lokal, khususnya pedagang informal di sekitar kawasan wisata. Namun, keterbatasan kompetensi bahasa Inggris dalam konteks layanan pariwisata menjadi kendala utama yang menghambat kualitas interaksi dan daya saing pedagang lokal. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi bahasa Inggris kontekstual bagi pedagang sekitar KEK Mandalika melalui pendekatan berbasis masyarakat. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan kontekstual, yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan modul bahasa Inggris layanan pariwisata (hospitality communication), pelatihan intensif berbasis praktik (role-play dan simulasi lapangan), pemberian media pembelajaran sederhana, serta pendampingan dan evaluasi pascapelatihan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi langsung di lokasi berdagang, serta umpan balik dari peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pedagang dalam menggunakan ungkapan bahasa Inggris dasar untuk menyapa wisatawan, menjelaskan produk, menyebutkan harga, dan menjawab pertanyaan sederhana. Selain peningkatan aspek keterampilan, terjadi perubahan sikap berupa meningkatnya kepercayaan diri dan keberanian pedagang dalam berinteraksi dengan wisatawan asing. Kegiatan ini juga berdampak positif terhadap kualitas pelayanan dan persepsi wisatawan terhadap keramahan masyarakat lokal. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa pelatihan bahasa Inggris kontekstual berbasis masyarakat efektif sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi lokal dan mendukung pengembangan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan di KEK Mandalika.

PENDAHULUAN

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di Kabupaten Lombok Tengah merupakan

salah satu dari lima destinasi super prioritas nasional yang dikembangkan pemerintah Indonesia dalam kerangka percepatan pembangunan sektor pariwisata. Dengan luas ± 1.035 hektar dan dukungan infrastruktur seperti sirkuit MotoGP, bandara internasional, dan aksesibilitas yang memadai, Mandalika diproyeksikan sebagai pusat sport tourism dan ekowisata berkelas dunia.

Data terbaru menunjukkan bahwa pada triwulan I tahun 2025, jumlah kunjungan wisatawan ke KEK Mandalika mencapai **227.642 orang**, meningkat sekitar 31% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya (ITDC, 2025). Kegiatan-kegiatan bertaraf internasional seperti MotoGP, World Superbike (WSBK), dan Bau Nyale Festival menjadi magnet utama kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik ke kawasan ini.

Pertumbuhan ini tidak hanya memberikan dampak ekonomi pada sektor akomodasi dan transportasi, tetapi juga secara langsung pada aktivitas ekonomi informal, terutama pedagang lokal di sekitar kawasan. Kehadiran wisatawan membawa peluang besar bagi pedagang makanan, minuman, suvenir, dan jasa lokal untuk meningkatkan pendapatan melalui transaksi langsung dengan wisatawan.

Sejauh ini, pelatihan bagi pelaku pariwisata lokal lebih banyak difokuskan pada pengelola homestay, pemandu wisata, dan UMKM formal, sedangkan **pedagang informal sering kali terlewatkan**. Padahal, mereka adalah pihak yang paling sering berinteraksi langsung dengan wisatawan di lokasi terbuka seperti pantai Kuta Mandalika, Tanjung Aan, dan area sekitar sirkuit. Ketiadaan pelatihan berbasis kebutuhan lapangan (contextual training) menjadi penyebab minimnya perubahan perilaku pelayanan di lapangan.

Peningkatan kompetensi bahasa Inggris dalam konteks hospitality untuk pedagang sekitar Mandalika sangat penting karena:

- **Langsung berdampak pada pengalaman wisatawan:** Pelayanan yang ramah, informatif, dan komunikatif meningkatkan kepuasan tamu.
- **Meningkatkan citra destinasi:** Interaksi positif dengan pelaku lokal memperkuat persepsi wisatawan bahwa Mandalika adalah destinasi yang inklusif dan profesional.
- **Mendorong pemberdayaan ekonomi lokal:** Pedagang yang mampu melayani wisatawan asing lebih berpotensi meningkatkan omzet dan memperluas pasar.

Mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs): Terutama tujuan 4 (pendidikan berkualitas), tujuan 8 (pertumbuhan ekonomi inklusif), dan tujuan 11 (komunitas berkelanjutan).

Meskipun potensi ekonomi sangat besar, masih terdapat hambatan signifikan yang menghalangi partisipasi optimal pedagang lokal dalam aktivitas wisata, terutama dalam aspek kemampuan komunikasi lintas budaya. Hasil observasi lapangan dan laporan dari Dinas Pariwisata NTB serta ITDC menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang lokal belum memiliki kompetensi dasar dalam berbahasa Inggris, khususnya dalam konteks layanan wisata (hospitality communication).

Dalam konteks pertumbuhan pesat sektor pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, keterlibatan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pengembangan ekonomi berbasis pariwisata menjadi hal yang mutlak. Salah satu kelompok masyarakat yang sangat terdampak secara langsung oleh kunjungan wisatawan adalah para pedagang lokal, baik yang berjualan makanan, minuman, cendera mata, jasa transportasi informal, hingga jasa foto atau pengalaman lokal lainnya. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan



signifikan antara kebutuhan layanan wisata yang berstandar internasional dengan kompetensi pelayanan yang dimiliki oleh para pedagang lokal, khususnya dalam hal penguasaan bahasa Inggris sebagai alat komunikasi utama dalam interaksi pariwisata internasional.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis, kontekstual, dan aplikatif. Solusi difokuskan pada peningkatan kapasitas komunikasi para pedagang melalui pelatihan bahasa Inggris kontekstual berbasis *hospitality communication*, dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat secara partisipatif. Berikut adalah uraian solusi yang dirancang berdasarkan prioritas permasalahan:

1. Identifikasi dan Segmentasi Peserta Pelatihan

Solusi awal dimulai dengan proses identifikasi dan pemetaan para pedagang lokal yang beraktivitas di area strategis KEK Mandalika, seperti Pantai Kuta, Tanjung Aan, Bukit Seger, dan sekitar area sirkuit. Identifikasi ini mencakup data demografis, latar belakang pendidikan, jenis dagangan, dan intensitas interaksi dengan wisatawan asing. Pendataan dilakukan bersama mitra lokal (desa wisata atau Pokdarwis) untuk memastikan bahwa peserta yang direkrut memang membutuhkan pelatihan dan bersedia terlibat aktif.

Segmentasi juga penting dilakukan untuk menentukan pendekatan pelatihan yang sesuai. Misalnya, pedagang yang menjual suvenir khas daerah akan memerlukan kosakata dan ungkapan yang berbeda dari pedagang makanan. Dengan segmentasi ini, pelatihan akan lebih efektif dan tepat sasaran.

2. Penyusunan Modul Bahasa Inggris Kontekstual Berbasis Hospitality

Solusi selanjutnya adalah penyusunan modul pelatihan bahasa Inggris kontekstual yang spesifik untuk kebutuhan pedagang lokal. Modul ini tidak hanya berisi kosakata dasar, tetapi juga meliputi frasa-frasa praktis yang sering digunakan dalam situasi transaksi dagang dengan wisatawan. Beberapa topik yang disusun dalam modul antara lain:

- Sapaan dan sambutan sopan kepada wisatawan
- Menjelaskan produk atau harga
- Menawarkan barang dagangan
- Menangani pertanyaan, keluhan, atau permintaan khusus
- Memberikan rekomendasi destinasi lokal

Materi akan dibuat dalam bentuk **audio-visual**, dengan video pendek, kartu kosakata (flashcard), dan dialog dua bahasa (bilingual) untuk memudahkan pemahaman. Modul akan disesuaikan dengan tingkat literasi peserta.

3. Pelatihan Interaktif Berbasis Praktik (Role-Play)

Pembelajaran akan dilaksanakan secara tatap muka dalam bentuk pelatihan intensif selama beberapa hari. Metode yang digunakan menekankan pada pendekatan partisipatif dan *experiential learning*. Peserta tidak hanya mendengarkan teori, tetapi langsung mempraktikkan penggunaan bahasa Inggris dalam simulasi interaksi dengan wisatawan. Beberapa strategi pelatihan yang diterapkan antara lain:

- Simulasi jual beli menggunakan bahasa Inggris
- Permainan peran (role play) antara pedagang dan wisatawan
- Dialog berpasangan untuk membangun kepercayaan diri
- Latihan berulang dengan bantuan tutor bahasa

Setiap sesi pelatihan akan dilengkapi dengan *coaching clinic* untuk memberikan umpan

balik langsung atas kemampuan peserta.

4. Penyediaan Panduan Cepat (Quick Guide) dan Media Pembelajaran Lanjutan

Setelah pelatihan selesai, peserta akan diberikan media belajar mandiri berupa **panduan saku (pocket guide)** yang berisi kumpulan frasa dan kosakata yang sering digunakan. Panduan ini berfungsi sebagai alat bantu saat berjualan, serta sebagai pengingat untuk terus berlatih. Selain itu, peserta juga akan dihubungkan dengan **grup belajar online berbasis WhatsApp** atau Telegram sebagai forum berbagi dan konsultasi berkelanjutan.

5. Monitoring dan Evaluasi Berkala

Solusi jangka panjang tidak cukup hanya dengan pelatihan satu kali. Oleh karena itu, tim pengabdian akan melakukan **monitoring dan evaluasi pasca-pelatihan** untuk mengukur sejauh mana kompetensi peserta meningkat. Evaluasi dilakukan dengan dua pendekatan:

- **Evaluasi formatif:** Ujian singkat saat pelatihan berlangsung.
- **Evaluasi sumatif:** Observasi langsung di lapangan (kunjungan ke lapak dagang) untuk melihat implementasi penggunaan bahasa Inggris dalam interaksi nyata.

Dari hasil monitoring ini, peserta yang menunjukkan peningkatan signifikan akan mendapatkan sertifikat kelulusan atau badge “Pedagang Ramah Wisatawan”, sebagai bentuk insentif moral sekaligus branding positif terhadap mereka.

6. Kolaborasi dengan Pihak Terkait untuk Keberlanjutan Program

Agar solusi ini berkelanjutan, pelatihan tidak hanya dilaksanakan oleh tim pengabdian tetapi juga melibatkan pihak-pihak strategis seperti:

- Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah
- Badan Pengelola KEK Mandalika (ITDC)
- Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)
- Pengajar bahasa dari institusi pendidikan tinggi lokal

Kolaborasi ini bertujuan agar program dapat direplikasi dan diintegrasikan ke dalam program pembinaan rutin pemerintah daerah, sekaligus memperkuat literasi pariwisata warga di destinasi unggulan

Kesulitan umum yang dihadapi meliputi:

- Ketidakmampuan menyapa atau menyambut wisatawan dengan cara yang sesuai secara budaya;
- Ketidaktahuan dalam menjelaskan produk atau harga dalam bahasa Inggris sederhana;
- Ketiadaan kosakata dasar untuk menjawab pertanyaan wisatawan asing;
- Rasa tidak percaya diri dalam berbicara bahasa asing, bahkan untuk transaksi sederhana.

Masalah ini menyebabkan banyak wisatawan asing merasa kurang nyaman, memilih belanja di lokasi yang lebih formal atau mengandalkan layanan digital (online), sehingga berdampak langsung pada tingkat pendapatan pedagang lokal

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai intervensi terstruktur untuk meningkatkan kapasitas pedagang lokal dalam berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara, khususnya melalui pelatihan Bahasa Inggris kontekstual dalam layanan pariwisata (*English for Hospitality*). Dalam pelaksanaannya, program ini melibatkan pendekatan partisipatif, pelatihan berbasis praktik, dan pendampingan berkelanjutan.



Metode pelaksanaan kegiatan mencakup tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Koordinasi Awal dan Identifikasi Mitra

Tahap pertama dimulai dengan pelaksanaan koordinasi awal bersama mitra program, yaitu para pedagang lokal di sekitar KEK Mandalika yang difasilitasi melalui Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) atau forum pedagang informal yang telah terbentuk di desa-desa wisata penyangga seperti Desa Kuta, Sukadana, dan Rembitan. Tujuan dari tahap ini adalah:

- Menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan;
- Mengidentifikasi karakteristik pedagang sasaran (jenis dagangan, tingkat pendidikan, kemampuan bahasa sebelumnya);
- Menggali kebutuhan pelatihan secara partisipatif;
- Menyepakati waktu dan lokasi pelaksanaan pelatihan.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pertemuan (focus group discussion/FGD) dan observasi lapangan untuk memperoleh data riil mengenai kondisi dan tantangan yang dihadapi mitra.

2. Penyusunan Kurikulum dan Modul Pelatihan

Berdasarkan hasil identifikasi dan masukan dari mitra, tim pelaksana menyusun kurikulum pelatihan bahasa Inggris yang kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan pedagang. Modul pelatihan meliputi:

- Kosakata dan frasa praktis seputar perdagangan dan pelayanan;
- Ungkapan dasar untuk menyapa wisatawan, menjelaskan produk, menegosiasi harga, menangani pertanyaan;
- Simulasi dialog penjual-pembeli dalam bahasa Inggris;
- Latihan pengucapan dan membangun kepercayaan diri berbicara.

Modul dibuat dalam bentuk cetak dan digital, serta dilengkapi media pembelajaran visual seperti kartu kosakata, video dialog pendek, dan lembar kerja interaktif (worksheet).

3. Pelatihan Intensif Berbasis Praktik (Workshop)

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dalam bentuk **workshop interaktif** selama 3–5 hari, dengan durasi 3 jam per sesi. Pelatihan difokuskan pada pengalaman langsung dan latihan komunikasi aktif. Adapun metode yang digunakan dalam pelatihan meliputi:

- **Metode role-play (permainan peran):** Peserta diminta bermain peran sebagai penjual dan wisatawan;
- **Dialog berpasangan (pairing conversation):** Peserta berlatih percakapan sederhana satu sama lain;
- **Pembelajaran kontekstual (contextual teaching):** Menggunakan benda dagangan nyata dan situasi riil di lapangan;
- **Latihan audio-lingual:** Pengulangan frasa dan pengucapan;
- **Simulasi lapangan:** Di akhir pelatihan, peserta berlatih langsung di tempat berjualan.

Pelatihan ini difasilitasi oleh narasumber dari dosen bahasa Inggris, mahasiswa program studi pariwisata, serta relawan lokal yang telah berpengalaman dalam pelatihan komunitas.

4. Pemberian Media Pendukung Belajar Mandiri

Setelah pelatihan selesai, setiap peserta diberikan **paket media pembelajaran lanjutan**, meliputi:

- Buku saku (*pocket book*) berisi kumpulan frasa Bahasa Inggris dalam layanan wisata;
- Flashcard kosakata tematik (makanan, harga, souvenir, lokasi, dll.);
- Akses grup WhatsApp untuk konsultasi pasca-pelatihan dan berbagi pengalaman;



- Tautan ke video pelatihan daring (YouTube atau Google Drive).

Tujuan pemberian media ini adalah untuk mendorong keberlanjutan pembelajaran dan memfasilitasi proses belajar yang fleksibel sesuai waktu luang peserta.

5. Partisipasi Mitra dalam Setiap Tahapan

Partisipasi mitra dijamin sejak awal hingga akhir kegiatan. Bentuk partisipasi yang diharapkan antara lain:

- Menyediakan data peserta dan membantu identifikasi kelompok pedagang yang aktif;
- Menyediakan tempat untuk pelatihan (misalnya aula desa atau bale lokal);
- Berperan aktif dalam diskusi kebutuhan pelatihan;
- Mengikuti seluruh sesi pelatihan secara disiplin;
- Berperan sebagai tutor sebaya (peer tutor) setelah pelatihan, membantu peserta lain yang kesulitan;
- Menjadi relawan untuk praktik lapangan saat simulasi melayani wisatawan.

Pendekatan ini bertujuan mendorong rasa kepemilikan (*sense of ownership*) atas program oleh masyarakat itu sendiri.

6. Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi pelaksanaan dilakukan dalam dua tahap:

a. Evaluasi Formatif (Selama Kegiatan)

Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas metode penyampaian materi dan pemahaman peserta. Dilakukan melalui:

- Pre-test dan post-test sederhana terkait pemahaman kosakata;
- Observasi langsung keterlibatan peserta dalam role-play;
- Umpan balik harian dari peserta dan fasilitator.

b. Evaluasi Sumatif (Setelah Kegiatan)

Evaluasi ini bertujuan mengukur dampak pelatihan terhadap perubahan perilaku dan kemampuan peserta. Dilakukan dengan:

- Wawancara dan survei tingkat kepuasan peserta;
- Observasi interaksi peserta dengan wisatawan di tempat berdagang;
- Dokumentasi praktik penggunaan bahasa Inggris secara langsung;
- Penilaian dari Pokdarwis atau aparat desa terhadap perubahan pelayanan pedagang pasca-pelatihan.

7. Keberlanjutan Program di Lapangan

Agar program ini memiliki dampak jangka panjang dan berkelanjutan, disiapkan beberapa strategi sebagai berikut:

a. Pembentukan Kelompok Belajar Mandiri (KBM)

Mitra akan difasilitasi untuk membentuk kelompok belajar kecil yang rutin bertemu seminggu sekali untuk latihan percakapan. Kelompok ini dikoordinasikan oleh peserta pelatihan yang paling aktif (diangkat sebagai *peer leader*).

b. Pendampingan oleh Mahasiswa atau Alumni

Mahasiswa dari Program Studi Pariwisata atau Pendidikan Bahasa Inggris akan dilibatkan sebagai pendamping berkelanjutan selama 1–2 bulan pasca pelatihan. Mahasiswa ini berfungsi sebagai tutor lapangan yang memotivasi, memberikan latihan, dan membantu menjawab kendala peserta.

c. Integrasi dengan Program Desa Wisata atau CSR ITDC

Hasil pelatihan akan disampaikan kepada Dinas Pariwisata dan pengelola KEK Mandalika



agar dapat dijadikan program berkelanjutan melalui skema pembinaan Pokdarwis, alokasi dana desa, atau kerja sama CSR (Corporate Social Responsibility) dari pengelola kawasan.

d. Produksi Konten Digital Edukasi Berbasis Lokal

Tim pelaksana akan memproduksi video singkat tutorial dan percakapan Bahasa Inggris hospitality dengan menggunakan narasumber lokal (peserta pelatihan) agar kontennya lebih membumi dan relevan. Konten ini akan diunggah ke platform YouTube atau media sosial untuk menjangkau peserta lebih luas

HASIL

Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) ini dilaksanakan di kawasan sekitar KEK Mandalika, khususnya pada sentra pedagang informal di area Pantai Kuta Mandalika dan lokasi penyangga kegiatan wisata. Sasaran utama kegiatan adalah pedagang lokal yang secara langsung berinteraksi dengan wisatawan mancanegara, seperti pedagang makanan dan minuman, penjual souvenir, serta jasa informal lainnya.

Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama empat bulan dan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan kontekstual, dengan menempatkan mitra sebagai subjek utama kegiatan. Sejak tahap awal, pedagang dilibatkan dalam proses identifikasi kebutuhan, penentuan materi pelatihan, hingga evaluasi hasil pelatihan.



Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memiliki



pengalaman berinteraksi dengan wisatawan asing, namun interaksi tersebut masih sangat terbatas pada bahasa isyarat, angka, atau bantuan pihak ketiga. Kondisi ini menegaskan urgensi peningkatan kompetensi bahasa Inggris praktis dalam konteks layanan pariwisata (hospitality communication).

Hasil Identifikasi Kebutuhan Mitra

1 Kondisi Awal Kompetensi Bahasa Inggris Pedagang

Berdasarkan hasil survei awal, wawancara, dan pre-test, ditemukan bahwa:

- Lebih dari 80% pedagang belum pernah mengikuti pelatihan bahasa Inggris.
- Sebagian besar pedagang hanya mengenal kosakata dasar seperti *yes, no, price, cheap*, tanpa mampu membentuk kalimat sederhana.
- Pedagang menunjukkan rasa tidak percaya diri dan kecemasan saat harus berbicara dengan wisatawan asing.

Kondisi ini menyebabkan banyak pedagang memilih menghindari interaksi dengan wisatawan asing atau menyerahkan transaksi kepada rekan lain yang dianggap “lebih berani”.

2 Kebutuhan Bahasa Inggris Kontekstual

Hasil FGD dan diskusi partisipatif mengungkapkan bahwa pedagang tidak membutuhkan bahasa Inggris akademik, melainkan:

- Ungkapan sapaan ramah
- Cara menyebutkan harga
- Penjelasan produk sederhana
- Menjawab pertanyaan dasar wisatawan
- Ungkapan penutup transaksi yang sopan

Temuan ini menjadi dasar penyusunan modul bahasa Inggris kontekstual berbasis kebutuhan nyata pedagang.

Pelaksanaan Pelatihan Bahasa Inggris Kontekstual

1 Pelatihan Tatap Muka dan Simulasi

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop interaktif, dengan metode:

- *Role-play* (simulasi pedagang–wisatawan)
- Dialog berpasangan
- Latihan pengucapan
- Praktik langsung menggunakan produk dagangan

Pelatihan tidak dilakukan di ruang kelas formal semata, tetapi juga di lokasi berdagang, sehingga peserta dapat langsung mengaitkan materi dengan situasi nyata.



Pendekatan ini terbukti meningkatkan partisipasi peserta. Pedagang yang awalnya pasif mulai berani mencoba berbicara, meskipun dengan kalimat sederhana.

4.3.2 Media Pendukung Pembelajaran

Sebagai penguatan, peserta diberikan:

- Buku saku bahasa Inggris layanan wisata
- Flashcard kosakata tematik
- Video dialog pendek
- Akses grup WhatsApp pembelajaran

Media ini memudahkan peserta untuk belajar mandiri di sela-sela aktivitas berdagang.

Hasil Evaluasi Pre-test dan Post-test

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang signifikan:

- Sebelum pelatihan, rata-rata peserta hanya mampu mengenali 5–10 kosakata dasar.
- Setelah pelatihan, peserta mampu:
 - Menyapa wisatawan dengan kalimat sederhana
 - Menyebutkan harga dan produk
 - Menjawab pertanyaan dasar seperti *Where are you from?* atau *How much is this?*

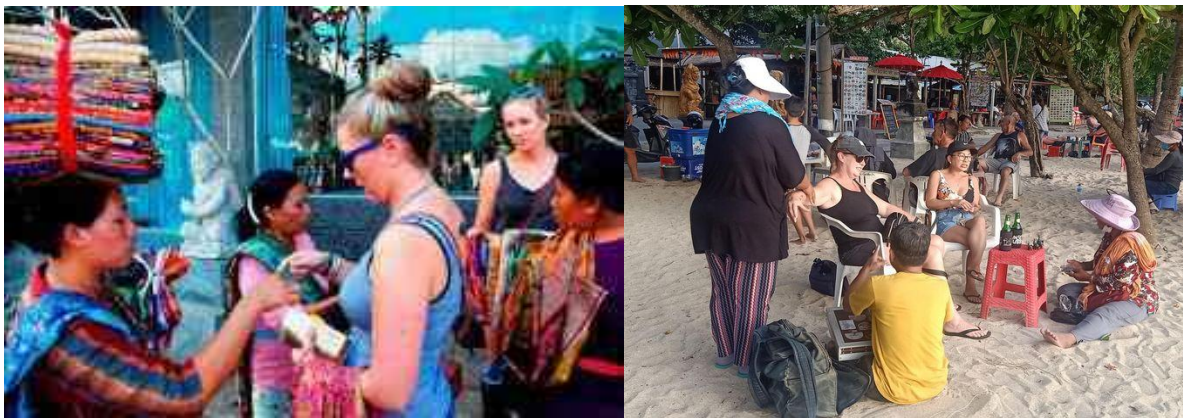
Selain peningkatan kognitif, terjadi perubahan sikap (attitude) yang sangat penting, yaitu meningkatnya kepercayaan diri pedagang dalam berinteraksi dengan wisatawan asing.

Praktik Lapangan dan Perubahan Perilaku Mitra

1 Implementasi Langsung di Lapak Dagang

Pasca pelatihan, tim pengabdian melakukan observasi lapangan. Ditemukan bahwa:

- Pedagang mulai aktif menyapa wisatawan asing
- Terjadi peningkatan durasi interaksi
- Wisatawan merespons dengan lebih ramah dan terbuka



Beberapa pedagang melaporkan bahwa wisatawan asing lebih tertarik membeli ketika komunikasi berjalan lancar, meskipun dengan bahasa Inggris sederhana.

4.5.2 Dampak Ekonomi Awal

Walaupun belum diukur secara kuantitatif jangka panjang, secara kualitatif pedagang menyampaikan:

- Meningkatnya peluang transaksi
- Wisatawan lebih sering bertanya dan bernegosiasi
- Pedagang merasa lebih “dihargai” dalam interaksi

Hal ini menunjukkan bahwa bahasa Inggris berfungsi sebagai alat pemberdayaan ekonomi, bukan sekadar keterampilan bahasa.

Pembahasan

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi bahasa Inggris kontekstual mampu memberikan dampak langsung dan nyata terhadap kualitas layanan pedagang lokal di KEK Mandalika. Temuan ini memperkuat pendekatan English for Specific Purposes (ESP) dan Community-Based Tourism (CBT), di mana pembelajaran bahasa disesuaikan dengan kebutuhan kerja nyata masyarakat.

Pendekatan berbasis praktik dan partisipatif terbukti lebih efektif dibandingkan metode pelatihan konvensional. Bahasa Inggris tidak lagi dipersepsikan sebagai hal “menakutkan”, tetapi sebagai alat komunikasi fungsional yang dapat langsung digunakan.

Selain itu, kegiatan ini menunjukkan bahwa pedagang informal—yang sering terabaikan dalam program pelatihan—sebenarnya memiliki potensi besar untuk menjadi duta pelayanan destinasi apabila diberikan pendampingan yang tepat.

Implikasi terhadap Pengembangan Pariwisata Mandalika

Kegiatan ini memberikan implikasi strategis, antara lain:

1. Mendukung peningkatan citra Mandalika sebagai destinasi ramah wisatawan
2. Memperkuat inklusivitas pariwisata, dengan melibatkan pedagang informal
3. Mendukung pencapaian SDGs (pendidikan, pekerjaan layak, dan komunitas berkelanjutan)

4.8 Kesimpulan Sementara (Hasil Pengabdian)

Secara keseluruhan, hasil pengabdian menunjukkan bahwa:

- Pelatihan bahasa Inggris kontekstual mampu meningkatkan kompetensi dan



- kepercayaan diri pedagang lokal.
- Pendekatan partisipatif dan praktik lapangan sangat efektif dalam konteks pengabdian masyarakat.
- Bahasa Inggris menjadi instrumen penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal di kawasan pariwisata super prioritas seperti KEK Mandalika.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, hasil pengabdian menunjukkan bahwa:

- Pelatihan bahasa Inggris kontekstual mampu meningkatkan kompetensi dan kepercayaan diri pedagang lokal.
- Pendekatan partisipatif dan praktik lapangan sangat efektif dalam konteks pengabdian masyarakat.
- Bahasa Inggris menjadi instrumen penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal di kawasan pariwisata super prioritas seperti KEK Mandalika.

SARAN

Hasil pengabdian ini diharapkan menjadi acuan praktis bagi pemangku kepentingan dalam mengembangkan pariwisata Mandalika yang **inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan**, dengan masyarakat lokal sebagai aktor utama. Keberlanjutan program akan sangat ditentukan oleh sinergi antar pihak serta komitmen untuk menjadikan peningkatan kapasitas masyarakat sebagai investasi jangka panjang dalam pembangunan pariwisata

DAFTAR REFERENSI

- [1] Alharbi, M. (2020). English language needs analysis for hotel receptionists. *Journal of Language and Linguistics Studies*, 16(2), 675-689.
- [2] Basturkmen, H. (2010). *Developing Courses in English for Specific Purposes*. Palgrave Macmillan.
- [3] Brown, J. D. (1995). *The Elements of Language Curriculum: A Systematic Approach to Program Development*. Heinle & Heinle.
- [4] Chen, X., & Wang, Y. (2018). ESP and customer service in hospitality industry. *International Journal of English Studies*, 18(1), 45-58.
- [5] Dudley-Evans, T., & St John, M. J. (1998). *Developments in English for Specific Purposes*. Cambridge University Press.
- [6] Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes: A Learning-Centred Approach*. Cambridge University Press.
- [7] Jenkins, J. (2017). *English as a Lingua Franca: Changing Perspectives on the Study of Global English*. Oxford University Press.
- [8] Lubis, D., & Sumardi. (2020). The Importance of English for Hotel Front Office Staff. *Journal of English Language Studies*, 5(2), 162-171. (Contoh, cari jurnal relevan)
- [9] Mardiansyah, S., & Sari, N. (2020). Intercultural Communication Competence in Hospitality Industry. *Journal of Applied Linguistics and Literature*, 5(1), 34-45. (Contoh, cari jurnal relevan)
- [10] Kim, H. (2020). A qualitative study on ESP needs in hospitality. *Asian ESP Journal*, 16(4), 134-150.
- [11] Li, F., & Wang, L. (2019). Communication patterns of tour guides in English. *Tourism*



Management Perspectives, 31, 99-106.

- [12] Nugroho, A., & Susanto, R. (2022). Needs analysis of English for tourism industry in Indonesia. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 12(1), 87-97.
- [13] Rahmawati, D. (2021). ESP materials development for Balinese tourism workers. *Journal of Tourism and Hospitality*, 9(3), 56-67.
- [14] West, R. (1994). Needs analysis in language teaching. *Language Teaching*, 27(1), 1-19.
- [15] Wulandari, R., & Nurmasyitah. (2021). The Importance of English in Tourism Industry: A Study of Tour Guides' Perspectives. *International Journal of Language Teaching and Education*, 5(1), 1-10. (Contoh, cari jurnal relevan)