



Edukasi Bahasa Asing bagi Pelaku UMKM dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Banda Aceh dan Aceh Besar

Jusnaini Hasni, Veni Nella Syahputri, Endah Anisa Rahma, Rismawati, Giovanni Oktavinanda, Cut Irna Liyana, Ana Elvia Jakfar, Rusma Setiyana

Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Inggris - Universitas Teuku Umar, Jl. Alue Peunyareng, Meureubo, Aceh Barat, Aceh, Indonesia, 23681

ARTICLE INFORMATION

Received: April 30, 2026
Revised: June 03, 2026
Available online: June 30, 2026

KEYWORDS

MSME entrepreneurs; Foreign language education; Sustainable tourism.

CORRESPONDENCE

Name: Jusnaini Hasni
E-mail: jusnainihasni@utu.ac.id

ABSTRACT

The low level of foreign language proficiency, particularly in English, among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Banda Aceh and Aceh Besar is one of the obstacles to supporting sustainable tourism development, especially in serving foreign tourists. This community service activity aims to improve the functional English language skills of MSME actors in order to strengthen the community-based and sustainable tourism services. The implementation method used a participatory approach based on the needs of partners, including hands-on practice and mentoring. The material focused on Aceh tourism vocabulary, everyday communicative expressions, and cross-cultural communication strategies in tourist interactions, product promotion, and customer service. This activity involved 10 MSME actors around the tourist areas of Banda Aceh and Aceh Besar. The results showed a significant improvement in the participants' English language skills and increased confidence in offering products and services. The output was an increase in the capacity of MSME human resources and the strengthening of their role in the sustainable tourism ecosystem based on local Acehnese wisdom. This activity has the potential to be replicated as a model of applied foreign language education for MSME actors in other tourist destinations in Indonesia.

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu bidang strategis yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat ([Sari et al., 2025](#)). Dalam konteks pembangunan nasional, pariwisata tidak hanya dipandang sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai sarana untuk melestarikan budaya, penguatan identitas lokal, serta salah satu instrumen pembangunan berkelanjutan. Pemerintah Indonesia melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 menempatkan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan yang diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional berbasis potensi daerah.

Kota Banda Aceh dan Aceh Besar memiliki banyak daerah wisata diantara kota lainnya di Provinsi Aceh. Kota tersebut memiliki potensi pariwisata yang cukup besar, baik dari aspek wisata sejarah, wisata religi, wisata budaya, maupun wisata Bahari ([Rahmi, 2017](#)). Keberadaan berbagai destinasi wisata tersebut mendorong tumbuhnya UMKM yang bergerak di bidang kuliner, cendera mata, jasa wisata, dan pelayanan pendukung lainnya (Rivalni et al., 2025). Pelaku UMKM memegang peranan penting sebagai ujung tombak

pelayanan kepada wisatawan, karena interaksi langsung antara wisatawan dan masyarakat lokal sebagian besar terjadi melalui aktivitas usaha UMKM (Arifin et al., 2024).

Meskipun demikian, pelaku UMKM di sektor pariwisata tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah keterbatasan penguasaan bahasa asing, khususnya bahasa Inggris. Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional memiliki peran penting dalam mendukung komunikasi antara pelaku usaha dan wisatawan mancanegara (Purba et al., 2025). Keterbatasan kemampuan berbahasa Inggris menyebabkan pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam menjelaskan produk, menawarkan jasa, serta memberikan informasi yang dibutuhkan wisatawan asing (Bunyamin et al., 2025). Kondisi ini berdampak pada rendahnya kualitas layanan dan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan wisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Agustina & Handayani (2025) menunjukkan bahwa kemampuan bahasa Inggris yang baik di sektor pariwisata berkorelasi dengan peningkatan kepuasan wisatawan asing dan kualitas layanan, yang secara tidak langsung dapat mendukung peningkatan penghasilan pelaku usaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kompetensi bahasa Inggris tidak hanya berpengaruh pada aspek komunikasi, tetapi juga berdampak langsung pada aspek ekonomi pelaku usaha.

Kurangnya edukasi bahasa bagi pelaku UMKM adalah masalah utama dalam pelayanan bagi wisatawan asing. Pelaku UMKM kesulitan dalam berkomunikasi dan menawarkan produk mereka kepada pengunjung dari mancanegara. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dirancang secara khusus untuk menjawab kebutuhan nyata pelaku UMKM pariwisata, dengan pendekatan pembelajaran yang aplikatif, kontekstual, dan berorientasi pada praktik. Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada peningkatan kompetensi bahasa Inggris pelaku UMKM di Kota Banda Aceh dan Aceh Besar dalam rangka mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Metode Pengabdian

Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif melalui edukasi bahasa Inggris yang menempatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai subjek sekaligus mitra aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan mitra di lapangan serta kontekstual dengan karakteristik pariwisata di Aceh. Kegiatan ini melibatkan 10 pelaku UMKM di sekitaran daerah wisata kota Banda Aceh dan Aceh Besar di antaranya wisata bahari, wisata sejarah, wisata kuliner, dan wisata tempat ibadah. Kegiatan dilaksanakan selama 4 tahapan. Di bawah ini adalah daftar UMKM tersebut;

Tabel 1 Usaha UMKM Banda Aceh dan Aceh Besar

No	Nama Usaha	Bidang Usaha	Lokasi
1	Jaroe Get Seafood	Warung makan	Aceh Besar
2	Surf Cafe	Warung makan	Aceh Besar
3	Kuala Seafood	Warung makan	Aceh Besar
4	Warung Seafood	Warung makan	Aceh Besar
5	Warung Ikan Bakar	Warung makan	Aceh Besar
6	Fatimah	Penjaja makanan Keliling	Banda Aceh
7	Ule Lheu Coffee	Warung makan	Banda Aceh
8	Cafe L'Pante	Warung makan	Banda Aceh
9	Sukiman	Penjual makanan keliling	Banda Aceh
10	Nur	Penjual makanan keliling	Aceh Besar

Tahap awal dilakukan melalui identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra terkait penggunaan bahasa Inggris dalam aktivitas usaha. Kegiatan ini dilakukan melalui diskusi, observasi lapangan, dan wawancara singkat dengan pelaku UMKM di sektor pariwisata. Analisis kebutuhan difokuskan pada situasi komunikasi yang sering dihadapi mitra, seperti interaksi dengan wisatawan asing, promosi produk, dan pelayanan pelanggan. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam penyusunan materi kegiatan.

Selanjutnya, tim pengabdian menyusun materi pembelajaran bahasa Inggris yang bersifat praktis dan kontekstual. Materi mencakup kosakata dasar pariwisata, ungkapan komunikatif dalam pelayanan wisata, serta strategi komunikasi lintas budaya yang relevan dengan konteks Aceh. Media pembelajaran disusun dalam bentuk lembar praktik dialog dan simulasi percakapan yang mudah dipahami dan diaplikasikan oleh pelaku UMKM.

Kemudian, pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui edukasi dan pendampingan secara langsung dengan metode pembelajaran aktif. Metode yang digunakan meliputi diskusi dan praktik dialog. Pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam latihan komunikasi menggunakan bahasa Inggris yang disesuaikan dengan jenis usaha masing-masing. Percakapan dilakukan secara berulang-ulang sesuai konteks yang dibutuhkan untuk memastikan mitra mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan pengabdian ini. Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui observasi, refleksi bersama mitra, serta perbandingan kemampuan komunikasi sebelum dan sesudah kegiatan. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan pemahaman kosakata, kemampuan berkomunikasi dasar dengan wisatawan asing, serta peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menawarkan produk dan jasa. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan program ke depan.

Untuk menjamin keberlanjutan kegiatan, tim pengabdian mendorong mitra untuk terus mempraktikkan penggunaan bahasa asing dalam kegiatan usaha dan membentuk komunitas belajar sederhana antar pelaku UMKM. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang dalam mendukung pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal di wilayah kota Banda Aceh dan Aceh Besar.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan peningkatan kemampuan yang baik pada pelaku UMKM mitra, khususnya dalam aspek kompetensi bahasa Inggris yang digunakan dalam konteks pariwisata. Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi selama kegiatan berlangsung, pelaku UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap kosakata dan ungkapan dasar bahasa Inggris yang relevan dengan aktivitas usaha, seperti menyambut wisatawan, menjelaskan produk, melakukan transaksi sederhana, dan memberikan informasi terkait layanan wisata.

Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta hanya mampu menggunakan salam dan ungkapan sapaan seperti *"good morning"*, dan ungkapan-ungkapan sapaan dasar lainnya. Mereka biasanya berkomunikasi dengan wisatawan asing menggunakan bahasa isyarat untuk menawarkan produk. Sedangkan setelah kegiatan, peserta mulai mampu memperkenalkan produk, menjelaskan harga, serta memberikan informasi dasar kepada wisatawan asing menggunakan bahasa Inggris sederhana seperti *"do you want rice?"*, *"the price of this item is Rp.5000"*, dan ungkapan sederhana lainnya melalui praktik dialog.

Selain peningkatan pemahaman bahasa, hasil kegiatan juga menunjukkan adanya peningkatan keterampilan komunikasi praktis. Pelaku UMKM mampu melakukan percakapan sederhana dengan wisatawan asing melalui simulasi dialog. Kemampuan ini terlihat dari keberhasilan mitra dalam menyampaikan informasi produk dan jasa secara lebih percaya diri, meskipun masih menggunakan struktur kalimat sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran bahasa Inggris yang kontekstual dan aplikatif lebih mudah diterima oleh mitra dibandingkan pembelajaran yang bersifat teoritis.

Dari aspek sikap, kegiatan pengabdian ini turut meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam berinteraksi dengan wisatawan asing. Sebelum kegiatan, sebagian besar mitra cenderung menghindari komunikasi langsung karena keterbatasan bahasa. Setelah mengikuti edukasi, mitra menunjukkan sikap lebih terbuka dan berani mencoba menggunakan bahasa Inggris dalam melayani wisatawan. Peningkatan kepercayaan diri ini menjadi modal penting dalam mendukung kualitas layanan wisata berbasis lokal.

Pembahasan Kegiatan Pengabdian

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa penguatan kompetensi bahasa asing bagi pelaku UMKM melalui pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan mitra memberikan dampak nyata terhadap

peningkatan kualitas layanan pariwisata. Temuan ini memperkuat konsep *English for Specific Purposes* (ESP) dalam konteks pariwisata yang menekankan pembelajaran bahasa berdasarkan situasi kerja nyata dan kebutuhan komunikatif pengguna ([Permadi et al., 2026](#)). Pendekatan ESP dinilai lebih efektif bagi pelaku usaha kecil karena berfokus pada fungsi bahasa yang langsung dapat diterapkan dalam aktivitas pelayanan, promosi, dan interaksi dengan wisatawan ([Widodo et al., 2022](#)). Jadi, para peserta mendapat kesempatan belajar dan mempraktikkan bahasa Inggris sesuai dengan kebutuhan mereka di lapangan.

Hasil ini sejalan dengan berbagai studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa pelatihan bahasa asing berbasis konteks pariwisata mampu meningkatkan kemampuan komunikatif pelaku UMKM secara signifikan. Penelitian [Hairunnisah & Rosalina, \(2026\)](#) dan [Menggo et al., \(2022\)](#) menunjukkan pelatihan berbasis kebutuhan pariwisata meningkatkan kemampuan komunikasi pelaku wisata/UMKM dengan wisatawan asing, termasuk aspek kepercayaan diri dalam interaksi. Temuan serupa juga disampaikan oleh [Evelyna et al., \(2025\)](#) yang menegaskan bahwa keterlibatan partisipatif dan praktik langsung menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM berbasis pariwisata lokal.

Peningkatan keterampilan komunikasi yang dicapai dalam kegiatan ini tidak hanya berdampak pada aspek bahasa, tetapi juga berpotensi memberikan implikasi sosial dan ekonomi. Selama kegiatan, tim pengabdian mengamati bahwa peserta menjadi lebih percaya diri dalam menyapa, memberikan informasi produk, dan melayani wisatawan asing menggunakan ungkapan-ungkapan berbahasa Inggris melalui praktik dialog. Peningkatan kemampuan tersebut berpotensi menciptakan interaksi yang lebih informatif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan membuka peluang pada peningkatan penjualan produk. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas komunikasi berpengaruh langsung terhadap pengalaman wisatawan dan persepsi positif terhadap destinasi ([Richards, 2018](#)). Dalam jangka panjang, hal ini berpotensi meningkatkan loyalitas wisatawan serta memperluas promosi produk lokal melalui komunikasi langsung dan rekomendasi dari wisatawan. Namun, dampak ekonomi secara kuantitatif belum diukur dalam kegiatan ini sehingga perlu menjadi fokus penelitian lanjutan.

Selain itu, penguatan kompetensi bahasa Inggris juga berkontribusi pada pemberdayaan pelaku UMKM sebagai aktor utama dalam pariwisata berkelanjutan. UMKM tidak lagi hanya berperan sebagai penyedia produk, tetapi juga sebagai duta budaya lokal yang mampu menjelaskan nilai-nilai kearifan lokal kepada wisatawan asing. Hal ini sejalan dengan pandangan UNWTO & UNDP (2023) yang menekankan pariwisata berkelanjutan harus melibatkan komunitas lokal secara aktif untuk mencapai SDGs, termasuk melalui *capacity building*, pendidikan, dan pengembangan keterampilan (*skills*) agar masyarakat lokal mendapat manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan ([Mason et al., 2023](#)).

Pendekatan pendampingan dan partisipatif dalam kegiatan ini efektif dalam mendorong perubahan perilaku mitra. Keterlibatan aktif pelaku UMKM sejak tahap perencanaan hingga evaluasi membuat proses pembelajaran lebih bermakna dan sesuai dengan kebutuhan nyata mereka. Temuan ini mendukung hasil studi pengabdian yang menyatakan bahwa model pendampingan berbasis partisipasi mampu meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) dan mendorong kemandirian mitra dalam menerapkan pengetahuan yang diperolehnya ([Evelyna et al., 2025](#)).

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa edukasi bahasa Inggris yang dirancang secara aplikatif dan kontekstual merupakan strategi yang efektif untuk mendukung pariwisata berkelanjutan. Program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu pelaku UMKM, tetapi juga berkontribusi pada penguatan citra destinasi wisata melalui layanan yang lebih komunikatif, ramah, dan profesional. Dengan karakteristik tersebut, model pengabdian ini memiliki potensi untuk direplikasi dan dikembangkan di daerah wisata lain yang memiliki permasalahan serupa, khususnya wilayah dengan dominasi UMKM berbasis kearifan lokal.

Temuan dalam kegiatan pengabdian ini sejalan dengan hasil penelitian [Bobanovic & Grzinic \(2011\)](#) yang menyatakan bahwa penguasaan bahasa Inggris merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas layanan pariwisata. Selain itu, hasil kegiatan ini juga mendukung temuan [Rakhmyta dan Nuralina \(2023\)](#) yang menunjukkan bahwa pelatihan bahasa Inggris berbasis kebutuhan masyarakat mampu meningkatkan kemampuan komunikasi dan partisipasi pelaku usaha di destinasi wisata.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara langsung di lokasi usaha mitra UMKM kawasan wisata Banda Aceh dan Aceh Besar melalui interaksi tatap muka antara tim pelaksana dan pelaku usaha, sebagaimana ditunjukkan pada gambar, yang memperlihatkan proses pendampingan komunikasi layanan dan penjelasan produk dalam suasana kegiatan usaha sehari-hari.

Gambar 1 dan gambar 2 di bawah ini menunjukkan interaksi pelaku UMKM mitra dengan tim pengabdian dalam praktik komunikasi dan pendampingan layanan usaha, khususnya pada kegiatan penjelasan produk dan transaksi sederhana sebagai bagian dari peningkatan kompetensi bahasa Inggris kontekstual di kawasan wisata Banda Aceh dan Aceh Besar.



Gambar 1. Pelaksanaan edukasi Bahasa Inggris dengan pelaku UMKM di salah satu Pantai di Aceh Besar



Gambar 2. Pelaksanaan Latihan dialog dengan pedagang keliling di salah satu Pantai di Banda Aceh

Melalui pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, pelaku UMKM mengaku memiliki peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam berbahasa Inggris. Mereka juga merasa lebih percaya diri dalam melayani wisatawan asing nantinya. Mereka berharap dengan kemampuan yang mereka miliki dapat menarik lebih banyak pelanggan baik wisatawan lokal maupun dari mancanegara.

Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan kompetensi bahasa asing pelaku UMKM dalam konteks pelayanan pariwisata. Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan mitra, pelaku UMKM mampu menguasai kosakata dan ungkapan komunikatif dasar yang relevan dengan aktivitas usaha, serta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan wisatawan asing. Hasil ini menunjukkan bahwa edukasi bahasa asing yang dirancang secara kontekstual dan aplikatif efektif sebagai strategi pemberdayaan UMKM dalam mendukung penguatan layanan pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal.

Selain peningkatan kemampuan individu, kegiatan ini juga berkontribusi pada penguatan peran UMKM sebagai aktor penting dalam ekosistem pariwisata daerah. Penguasaan bahasa asing memungkinkan pelaku UMKM memberikan layanan yang lebih informatif dan ramah, sehingga berpotensi meningkatkan kepuasan wisatawan serta daya saing destinasi wisata.

Berdasarkan hasil kegiatan, disarankan agar program pendampingan bahasa asing bagi pelaku UMKM dilaksanakan secara berkelanjutan dengan durasi yang lebih panjang agar kompetensi yang diperoleh dapat berkembang secara optimal. Selain itu, perlu adanya perluasan sasaran mitra serta kolaborasi dengan pemerintah daerah dan pemangku kepentingan pariwisata untuk memperkuat keberlanjutan program.

Ke depan, kegiatan pengabdian serupa dapat dikembangkan dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana pembelajaran dan promosi, sehingga jangkauan dampak program menjadi lebih luas. Hasil pengabdian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pelaksanaan program pemberdayaan UMKM di daerah wisata lain dengan karakteristik yang sejenis.

Daftar Pustaka

- Agustina, D. P., & Handayani, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan dan Demografi terhadap Minat Investasi Pasar Modal pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 6(02), 1–22.
- Arifin, M., Zufwani, R., Hidayat, I., Jiron, F., Rifki, A., & Rofiqi, M. (2024). Branding UMKM dan Pengembangan Wisata. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat (SENIAS)*, 8(1), 1–7.
- Bobanovic, M. K., & Grzinic, J. (2011). The Importance of English Language Skills in the Tourism Sector: A Comparative Study of Students/Employees Perceptions in Croatia. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 2(4), 10–23.
- Bunyamin, B., Munfaqiroh, S., Setyawan, S., Utami, N. N., Zuchroh, I., Murtiningtyas, T., & Kadarusman, K. (2025). Pelatihan Bahasa Inggris Menghadapi Turis Asing bagi Pelaku UMKM Kampoeng Kajoetangan Heritage Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(5), 1972–1976.
- Evelyna, F., Rhamdhani, I. M., & Mahyuzar, H. (2025). Penerapan Participatory Action Research untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran UMKM Alumni Inkubasi Pemkab Kebumen. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(4), 2050–2059.
- Hairunnisah, A. I., & Rosalina, A. (2026). Integrasi Pembelajaran Bahasa Inggris dan Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11(2), 1926–1936.
- Mason, P., Augustyn, M., & Seakhoa-King, A. (2023). Tourism Destination Quality and the UN Sustainable Development Goals: tourism Agenda 2030. *Tourism Review*, 78(2), 443–460.
- Menggo, S., Su, Y. R., & Taopan, R. A. (2022). Pelatihan Bahasa Inggris Pariwisata di Desa Wisata Meler. *Widya Laksana*, 11(1), 85–97.
- Permadi, K. S., Selamat, I. W. A., Yonce, A. F. E., Paristha, N. P. T., & Jompong, E. (2026). Penguatan Kapasitas SDM Pariwisata Melalui Pembelajaran Bahasa Inggris dan Simulasi Tour Guiding di Jatiluwih. *JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(3), 317–332.
- Purba, P. M., Wuryaningrat, N. F., & Ombuh, I. W. (2025). Peningkatan Kemampuan Literasi Keuangan, Manajemen Pemasaran Berbasis Digital dan Komunikasi Berbahasa Inggris sebagai Upaya Revitalisasi Perekonomian Pariwisata di Pantai Rumbia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 9(1), 130–144.
- Rahmi, N. (2017). Kajian Ekonomi Pariwisata Syariah Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 577–589.
- Rakhmyta, Y. A., & Nurmalina, N. (2023). Penyuluhan Bahasa Inggris Bagi Masyarakat Di Destinasi Wisata Sabang. *JPMAS-Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam*, 3(2), 41–46.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Rivalni, R., Putri, W. G., Salsyabilla, V. T., & Wardani, W. (2025). Pengembangan Dan Upaya Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 394–403.
- Sari, N., Salsabila, A., Amanda, S., & Hardianti, A. (2025). Pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 454–461.
- Widodo, H. P., Fang, F., & Elyas, T. (2022). Designing English language materials from the perspective of Global Englishes. *Asian Englishes*, 24(2), 186–198.