



Journal of Human And Education
Volume 4, No. 1, Tahun 2024, pp 341-344
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Edukasi Bahasa Inggris Sebagai Penunjang Personal Branding Di Era Society 5.0 Bagi Masyarakat Desa Wisata Bukit Batu Kabupaten Bengkalis

Aulia Agustiani^{1*}, Sefrona Syaiful², Maryantina³, Elwira Handayani⁴
Sekolah Tinggi Pariwisata Riau^{1,2,3,4}
Email: auliaagustiani88@gmail.com^{1*}

Abstrak

Salah satu faktor penunjang penguasaan teknologi adalah dengan memiliki penguasaan Bahasa Inggris yang baik. Hal ini menjadi dasar penguasaan teknologi dimana sebagian besar teknologi menggunakan istilah-istilah Bahasa Inggris dalam pengaplikasiannya. Permasalahan yang muncul adalah terbatasnya kemampuan berbahasa Inggris yang dimiliki masyarakat desa wisata Bukit Batu yang telah menjadi desa wisata dan dikunjungi banyak turis. Keterbatasan kemampuan dalam hal penguasaan Bahasa Inggris tersebut tentu menjadi penghalang berkembangnya pengalaman dan nilai jual seseorang / instansi. Maka dari itu, diadakanlah pelatihan Bahasa Inggris dalam rangka memenuhi kebutuhan para pelaku wisata untuk menunjang personal branding mereka dalam melaksanakan usaha mereka di bidang masing-masing. Sasaran dari kegiatan ini adalah masyarakat pelaku usaha pariwisata (pelaku homestay, pemandu wisata dan pelaku UMKM) Desa Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan memberikan pelatihan bahasa Inggris bertahap kepada masyarakat. Materi yang diangkat untuk pelatihan ini adalah tentang personal branding dan pentingnya penguasaan Bahasa Inggris di era society 5.0 ini. Dampak dari kegiatan penyuluhan ini adalah masyarakat pelaku usaha pariwisata dapat memiliki bekal pengetahuan Bahasa Inggris yang akan menunjang personal branding mereka sebagai pelaku usaha pariwisata dan sekaligus dapat beradaptasi dengan kebutuhan zaman di era society 5.0.

Kata Kunci: *Bahasa Inggris, Personal Branding, Era Society*

Abstract

One of the supporting factors for mastering technology is having a good command of English. This is the basis for mastering technology where most of the technology uses English terms in its applications. The problem that arises is the limited of English language skills of the people in Bukit Batu tourist village, which has become a tourist village and is visited by many tourists. Limited ability in terms of mastery of English is certainly an obstacle in developing experience and selling points for a person/agency. Therefore, English language training was held in order to meet the needs of tourism actors to support their personal branding in carrying out their businesses in their respective fields. The target of this activity is the tourism business community (homestay operators, tour guides and MSMEs) in Bukit Batu Village, Bengkalis Regency. The method of implementing this activity is to provide gradual English language training to the community. The material raised for this training is about personal branding and the importance of mastering English in the era of society 5.0. The impact of this outreach activity is that the tourism business community can have knowledge of English which will support their personal branding as tourism business actors and at the same time be able to adapt to the needs of the times in the era of society 5.0.

Keywords: *English, Personal Branding, Society Era*

PENDAHULUAN

Menurut Hotimah dan Raihan (2020), era society 5.0 muncul sebagai pengembangan dari revolusi industri 4.0 yang dinilai berpotensi mendegradasi peranan manusia itu sendiri. Bahasa Inggris menjadi hal yang sangat penting untuk dikuasai, terutama di era society 5.0 yang mengandalkan peran manusia dan teknologi secara bersamaan. Disinilah, penguasaan bahasa Inggris harus selaras dengan penguasaan teknologi yang perkembangannya sangat signifikan akhir-akhir ini.

Namun, realitanya masyarakat Indonesia khususnya para pelaku usaha UMKM masih memiliki keterbatasan dalam hal penguasaan Bahasa Inggris yang tentunya juga mempengaruhi persona branding mereka. Keterbatasan penguasaan Bahasa Inggris masyarakat khususnya pelaku usaha baik itu bidang pariwisata maupun UMKM ini dialami juga oleh masyarakat desa wisata Bukit Batu, Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau.

Selain itu, menurut Agustiani et all (2022) menyatakan bahwa kurangnya kemampuan mengenalkan dan mempromosikan produk pelaku UMKM kepada konsumen disebabkan oleh terbatasnya kemampuan komunikasi berbahasa Inggris, antara lain: minimnya kepemilikan kosakata bahasa Inggris dan kemampuan mengucapkan bahasa Inggris masih rendah menjadi masalah utama pada penguasaan Bahasa Inggris masyarakat desa wisata. Permasalahan ini juga yang dihadapi oleh masyarakat pelaku UMKM di Desa Bukit Batu.

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan mengapa para UMKM harus menguasai kemampuan bahasa yaitu (Rianto, dkk, 2015):

1. Pelanggan yang dilayani oleh UMKM bukan berasal dari Indonesia saja, namun juga mencakup Negara-negara di ASEAN.
2. Adanya persaingan usaha dan tenaga kerja yang semakin kompetitif untuk merebut peluang pasar yang ada.
3. Perkembangan Teknologi dan Informasi yang sudah tentu dalam bahasa Inggris menuntut para pelaku UMKM untuk bisa menguasai bahasa Inggris guna mempelajari dan memanfaatkan teknologi dan informasi dalam membantu perkembangan usaha yang dimiliki.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bersama tim pengabdian dari Sekolah Tinggi Pariwisata Riau bermaksud memberikan penyuluhan terkait pentingnya penguasaan Bahasa Inggris dalam menunjang personal branding pelaku usaha UMKM di era society 5.0 bagi masyarakat desa wisata Bukit Batu di Kabupaten Bengkalis. Penyuluhan ini diharapkan dapat menginspirasi masyarakat pelaku wisata dan UMKM di desa wisata Bukit Batu termotivasi untuk membenahi kemampuan Bahasa Inggris mereka sehingga menjadi poin tambahan dalam pengembangan personal branding mereka dalam rangka peningkatan jangkauan usaha mereka ke depannya.

Sejalan dengan hal tersebut, PT PHR melalui Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Riau selaku mitra pelaksana memberi bantuan melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan bagi masyarakat pelaku wisata dan pelaku UMKM di Desa Bukit Batu. Kegiatan pendampingan dan pelatihan ini diadakan pada tahun 2023 dan merupakan bagian dari program pengembangan desa wisata di Riau yang menjadi poin utama dari kerjasama antara PT PHR dan STP Riau demi peningkatan kapasitas SDM Pariwisata, khususnya bagi pelaku wisata dan UMKM di Desa Bukit Batu.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan kegiatan berupa survey, sosialisasi, penyuluhan, dan praktek Bahasa Inggris bagi para pelaku UMKM. Survei dilakukan untuk menghimpun informasi baik dari instansi terkait maupun dari calon mitra dan dari sumber lainnya. Sosialisasi bertujuan memberikan penjelasan mengenai maksud dan tujuan pelaksanaan program.



Gambar 1. Pemberian Materi oleh Ibu Aulia Agustiani

Copyright: Aulia Agustiani, Sefrona Syaiful, Maryantina, Elwira Handayani

Masyarakat pelaku UMKM Bukit Batu yang menjadi objek pelatihan ini terdiri dari 36 orang dengan jenis kelamin sebagian besar perempuan dewasa dan sebagian kecil laki-laki berumur 25 – 45 tahun dengan kemampuan Bahasa Inggris dasar. Sehingga metode penyuluhan Bahasa Inggris yang dilaksanakan adalah dengan presentasi, diskusi dan praktek di akhir acara. Metode ini dilakukan dengan tujuan agar materi yang disampaikan dengan ceramah, diuji lagi pemahamannya.

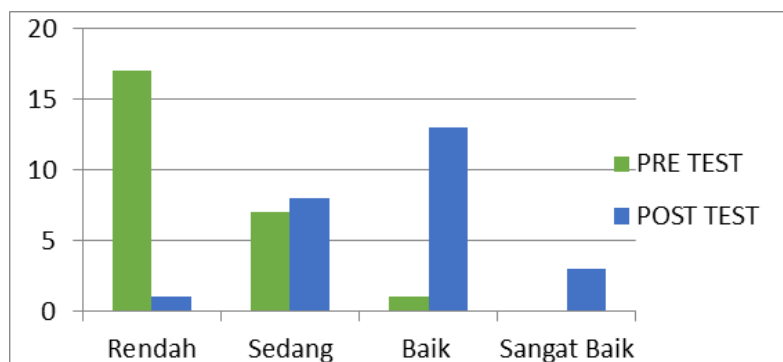
Penyuluhan atau edukasi Bahasa Inggris bagi para pelaku UMKM dan pelaku usaha wisata ini diberikan melalui penjelasan materi, diskusi dan praktek di lokasi acara, tepatnya di Café Terapung dalam wilayah pemerintahan Desa Bukit Batu Laut. Penyuluhan ini diberikan dengan memberikan materi tentang pentingnya bahasa Inggris untuk menunjang personal branding di era society 5.0 bagi pelaku UMKM dan pelaku usaha wisata di Desa Wisata Bukit Batu. Ini bertujuan sebagai momen untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar dapat membenahi diri dengan segala mcama bentuk kemampuan salah satunya Bahasa Inggris, sehingga dengan hal tersebut dapat meningkatkan nilai jual produk dan personal branding bagi masing-masing pelaku UMKM dan pelaku usaha wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Suatu program dapat dikatakan berhasil apabila berhasil memenuhi unsur ketercapaian. Alat ukur ketercapaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah minimal 50% peserta pelatihan mengalami peningkatan pemahanan mengenai pentingnya bahasa Inggris untuk menunjang personal branding masyarakat pelaku UMKM di era society 5.0. Ketercapaian program juga dapat dilihat dari pre-test dan post tes yang diberikan sebelum dan setelah pemberian materi. Dan dari analisa hasil post-test terlihat bahwa sebagian besar peserta telah memahami konsep personal branding, era society 5.0 dan pentingnya kemampuan untuk menguasai Bahasa Inggris.

Adapun indikator yang dinilai dari penyuluhan ini yaitu memahami pentingnya Bahasa Inggris dalam mempromosikan produk usaha, memahami konsep personal branding serta memahami tuntutan atau kebutuhan zaman di era society 5.0. Keberhasilan penyuluhan ini juga dilihat dari ketepatan materi yang diberikan oleh narasumber. Selanjutnya, dilihat juga dari nilai rerata pre-test dan post-test. Adapun rerata nilai pre-test dan post-test adalah sebagai berikut:

Diagram Perolehan Pre Test Dan Post-Test Tentang Level Pencapaian Kosakata Bidang UMKM-Pariwisata



Gambar 2. Diagram Level Pencapaian Kosakata Pre-Test dan Post-Test

Alat ukur berikutnya adalah bukti pelaksanaan di lapangan secara langsung. Hal ini sudah tercapai dengan dikirimnya Ketua POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Bukit Batu ke Jepang untuk menghadiri undangan acara terkait pariwisata disana. Hal ini tentu dapat menaikkan branding dari Desa Wisata Bukit Batu di mata wisatawan. Hal tersebut juga sekaligus menjadi bukti bahwa dengan segala kemampuan yang dimiliki khususnya Bahasa Inggris yang digunakan sebagai bahasa komunikasi lintas negara, pelaku usaha wisata di Desa Wisata Bukit Batu dapat menyesuaikan dirinya dengan perkembangan dan kebutuhan zaman di era society 5.0 dengan menaikkan personal branding tersebut dengan Bahasa Inggris yang sudah cukup dimilikinya.



Gambar 3. Foto Bersama Peserta Pelatihan

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, tim dari Sekolah Tinggi Pariwisata Riau, dapat dilihat bahwa masyarakat Bukit Batu sangat antusias dan dapat memahami materi yang disampaikan serta praktek langsung yang diadakan di akhir sesi pengabdian. Materi yang diberikan juga dapat dipahami dengan baik, mulai dari pengenalan situasi era 5.0, personal branding hingga pentingnya penguasaan Bahasa Inggris bagi para pelaku wisata. Kegiatan pelatihan ini telah menjadi salah satu faktor meningkatnya kualifikasi para pelaku UMKM dan usaha wisata di Desa Wisata Bukit Batu.

Secara keseluruhan ketercapaian program pengabdian ini berhasil dengan tingkat ketercapaian sebesar 80 %, dilihat dari 2 (dua) indikator yaitu: (1) Peserta pelatihan mengalami peningkatan pemahaman mengenai bahasa Inggris dan personal branding yang diukur melalui pre-test dan post-test yang diberikan sebelum dan setelah pemberian materi. (2) Kemampuan para pelaku UMKM Bukit Batu dalam mempromosikan produk mereka menggunakan bahasa Inggris.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, A., Syaiful, S., & Martina, E. 2022. Pelatihan Bahasa Inggris bagi UMKM di Desa Wisata Kampung Patin Kabupaten Kampar. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2437-2442. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i7.714>
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hotimah, Ulyawati, & Siti Raihan. (2020). Pendekatan Heutagogi Dalam Pembelajaran di Era Society 5.0. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), 153. <https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JIP/article/view/602>
- Kementerian Keuangan RI. (2023). Memahami Bela Negara di Era Society 5.0. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3100-memahami-bela-negara-di-era-society-5-0.html>
- Mampuono. (2022). Pentingnya Penguasaan Bahasa Inggris di Era 4.0 untuk Mendukung Peningkatan Mutu Pendidikan. Artikel: <https://bbmpjateng.kemdikbud.go.id/5-hal-mengapa-menguasai-bahasa-inggris-di-era-4-0-itu-penting/>
- Nastiti, F., & Abdu, A. (2020). Kajian: Kesiapan Pendidikan Indonesia Menghadapi Era Society 5.0. *Edcomtech Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 5(1), 61–66. <https://doi.org/10.17977/um039v5i12020p061>
- Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pramudyo, Chrisogonus. D. 2007. *Cara Pintar Jadi Trainer*. Jakarta : Percetakan Galang Press.
- Riyanto, S. (2015). *The Practice of Teaching English*. Yogyakarta.: Penerbit Andi Offset
- Sedarmayanti. 2018. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV. Mandar Maju
- Smith, S.A., & Murphy, V.A. (2015). Measuring productive elements of multi-word phrase vocabulary knowledge among children with English as an additional or only language. *Reading and Writing*, 28 (3), 347-369. <https://doi.org/10.1007/s11145-014-9527-y>
- Zahedpisheh, Nahid., Abu Bakar, Zulqarnain., Saffari, Narges. (2017). English for Tourism and Hospitality Purposes (ETP). *English Language Teaching*, 10(9):86. <http://doi.org/10.5539/elt.v10n9p86>