



Pemberdayaan Pedagang Cenderamata di Kete'kesu' melalui Program Pembelajaran Modul Multibahasa dan Pemasaran Digital

Elisabet Mangera¹, Sitti Maryam Hamid^{2*}, Grace Sriati Mengga¹, Andi Bulkis Maghfirah Mannong², Titin Aprilia Ananda¹

¹Universitas Kristen Indonesia Toraja, Jalan Jenderal Sudirman No.9, Bombongan, 91811, Indonesia

²Universitas Muhammadiyah Makasar, Jalan Sultan Alauddin No.259, Gunung Sari, 90221, Indonesia

*Email koresponden: maryamhamid@unismuh.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received: 08 Okt 2024
Accepted: 15 Des 2024
Published: 31 Des 2024

Kata kunci:

Ke'te Kesu,
Modul Multilingual,
Pedagang Cenderamata,
Pemasaran Digital,
Pemberdayaan.

Keywords:

Digital Marketing,
Empowerment,
Ke'te Kesu,
Multilingual Module,
Souvenir Traders.

ABSTRAK

Pendahuluan: Tempat wisata di Toraja, Sulawesi Selatan, menarik wisatawan dengan cenderamata khususnya. Namun, kemampuan bahasa, strategi pemasaran, dan branding pedagang masih terbatas. Studi ini bertujuan memberikan pelatihan multibahasa (Indonesia, Toraja, Inggris), strategi pemasaran, dan branding di Ke'te Kesu'. **Metode:** Perencanaan dan koordinasi, aksi, pendampingan, refleksi, dan evaluasi. **Hasil:** 1) Meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris dalam transaksi jual-beli; 2) Pengetahuan pemasaran efektif melalui platform online untuk meningkatkan pendapatan; 3) Penyediaan tas belanja dengan desain khas Toraja; 4) Kemampuan komunikasi multibahasa pedagang meningkat. **Kesimpulan:** Para pedagang dapat menggunakan multi bahasa dalam interaksi jual beli, melakukan pemasaran secara online menggunakan platform/ market place dan branding dengan pengemasan tas belanja plastik khas destinasi wisata Ke'te Kesu'.

ABSTRACT

Background: Tourist destinations in Toraja, South Sulawesi, attract visitors with their unique souvenirs. However, the traders' language skills, marketing strategies, and branding remain limited. This study aims to provide training in multilingual skills (Indonesian, Toraja, English), marketing strategies, and branding in Ke'te Kesu'. **Method:** Planning and coordination, action, mentoring, reflection, and evaluation. **Result:** 1) Improved English skills for buying and selling transactions; 2) Knowledge of effective marketing through online platforms to increase income; 3) Provision of shopping bags with unique Toraja designs; 4) Enhanced multilingual communication skills among traders. **Conclusion:** Traders in Ke'te Kesu' can use multiple languages in buying and selling interactions, conduct online marketing using platforms/marketplaces, and improve branding through distinctive shopping bag packaging.



© 2024 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang cukup terkenal di Indonesia adalah Sulawesi Selatan, tepatnya di Kabupaten Toraja. Pemerintah menetapkan Toraja sebagai salah satu Destination Management Organization (DMO) yaitu tata kelola destinasi pariwisata yang meliputi perencanaan, koordinasi, pelaksanaan, dan pengendalian organisasi kepariwisataan di Indonesia yang ditetapkan pada tahun 2010 (Hadiyat, 2019). Kabupaten Toraja Utara merupakan salah satu daerah yang memiliki beberapa objek wisata unggulan yang memiliki daya tarik tersendiri. Kekayaan alam dan budaya Toraja, termasuk upacara dan tradisi yang menjadi daya tarik wisatawan dan memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata di Toraja (Adams, 2003; Kausar & Gunawan, 2018). Salah satu atraksi wisata yang terkenal di Toraja adalah Ke'te Kesu'.

Ke'te Kesu' merupakan salah satu objek wisata yang menarik perhatian wisatawan karena memiliki daya tarik wisata alam dan budaya yang ada di Toraja (Junaid, 2015). Objek wisata ini terletak di kecamatan sanggalangi Kabupaten Toraja Utara. Dimana Toraja Utara merupakan Kabupaten baru hasil pemekaran dari Kabupaten Tana Toraja berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2008. Kabupaten Tana Toraja beribukota di Makale, sebaliknya Kabupaten Toraja Utara beribukota di Rantepao. Kabupaten Toraja Utara memiliki berbagai warisan budaya. Diantaranya adalah pemukiman tradisional dengan tongkonan, alang, rante, dan liang, dan upacara-upacara seperti upacara kematian (Rambu Solo'), serta upacara pentahbisan tongkonan (Rambu Tuka'). Di antara tongkonan-tongkonan tersebut adalah Ke'te Kesu' Buntu Pune, Palawa, Nanggalala, Tangke Allo, dan Kande Api. Dalam pembahasan ini, pengamat hanya fokus pada objek wisata Kete' Kesu'.

Lebih lanjutnya, Ke'te Kesu' merupakan destinasi wisata yang kaya akan budaya dan tradisi. Selain menyajikan cerita dan sejarah Tanah Toraja, seperti rumah adat dan Makam kuno, objek wisata ini juga terkenal dengan kerajinan tangan dan produk cinderamata yang dihasilkan oleh masyarakat setempat. Produk cinderamata ini dapat dibeli dan dibawa pulang sebagai oleh-oleh untuk keluarga dan teman. Cinderamata yang dapat ditemukan di Ke'te Kesu' antara lain aneka ukiran (pada hiasan dinding, asbak, dan nampan), kain tenun, tas, baju, aksesoris (gelang dan kalung), gantungan kunci, miniatur, dan parang Toraja. Memberdayakan pedagang cinderamata di Ke'te Kesu' sangat penting untuk meningkatkan pendapatan mereka dan memperkuat ekonomi lokal. Pedagang souvenir di Ke'te Kesu' memainkan peran penting dalam perekonomian lokal. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa pendapatan bulanan mereka berkisar antara tujuh ratus ribu hingga satu juta delapan ratus ribu rupiah. Kehadiran wisatawan yang terus meningkat memberikan peluang bagi para pedagang untuk meningkatkan pendapatan mereka. Namun, tekanan seperti jumlah pengunjung dan persaingan dengan produk luar negeri tetap ada. Salah satu kendala yang dihadapi para pedagang di tempat wisata, termasuk Ke'te Kesu', adalah kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris khususnya dalam proses menawarkan barang dan tawar-menawar harga barang. Kemampuan yang diperoleh pedagang secara otodidak membuat para pedagang masih pasif dalam hal ini pedagang souvenir merupakan masyarakat sekitar yang hanya lulusan SD atau SMP sehingga kemampuan berbahasa Inggris dan Berbahasa Indonesia rendah sehingga dalam memasarkan produk masih terbatas. Oleh karena itu, Pelatihan Bahasa menggunakan modul Multilingual meningkatkan kemampuan berbahasa dalam melakukan kegiatan jual beli (karena pelatihan lebih spesifik pada ungkapan-ungkapan pada proses jual beli dan tawar menawar).

Pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan sebagai bentuk kepedulian terhadap pemberdayaan masyarakat (Emilia, 2022). Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui pembelajaran multibahasa. Pembelajaran multibahasa dapat menjadi alat yang efektif dalam memberdayakan pedagang souvenir di Ke'te Kesu. Kemampuan para pedagang dalam menggunakan dua bahasa dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Pedagang yang mampu berbicara dalam bahasa lokal dan bahasa asing dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas produk (Anggani et al., 2022). Pedagang yang dapat berbicara dalam beberapa bahasa dapat menarik lebih banyak pelanggan lokal dan internasional (Nasution et al., 2022).

Pembelajaran multibahasa merupakan model yang dimodifikasi oleh Malone (Malone, 2007) menjadi model multibahasa simultan-sekuensial dan diusulkan oleh (Bin-Tahir et al., 2017). Artinya, selain pembelajaran multibahasa yang berkelanjutan dari bahasa pertama dan kedua, pembelajaran simultan dan sekuensial juga dapat dilakukan dengan cara tertanam. Berikut adalah beberapa cara yang dapat dilakukan: Pertama, Pelatihan Bahasa Asing: pelatihan Berikan bahasa Inggris dan bahasa asing lainnya kepada para pedagang untuk membantu mereka berkomunikasi dengan turis asing. Salah satu kemampuan bahasa asing yang paling penting untuk ditingkatkan adalah bahasa Inggris karena merupakan alat komunikasi dalam bertransaksi dengan turis asing (Widani et al., 2023). Hal ini akan meningkatkan pengalaman wisatawan dan mendorong penjualan produk. Penggunaan bahasa Inggris dalam industri pariwisata memudahkan komunikasi antara pelaku pariwisata dengan wisatawan yang datang dari seluruh dunia (Bali, 2019; Ferro & Ribeiro, 2016). Kedua, Pemasaran Digital: Mengajarkan penggunaan platform digital untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas. Dengan kemampuan berbahasa asing, para pedagang dapat menjangkau pasar internasional melalui media sosial dan website. Strategi pemasaran digital memainkan peran penting untuk pertumbuhan bisnis (Raharjo, 2019; Tindaon, 2022). Dengan meningkatkan interaksi pelanggan dan membangun kesadaran merek yang kuat secara digital, hal ini dapat menghasilkan peningkatan penjualan yang signifikan. Ketiga, Keterampilan Berbicara di Depan Umum: Membaca keterampilan presentasi untuk mempromosikan produk mereka secara langsung kepada pengunjung, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih interaktif. Melalui kegiatan pelatihan bahasa yang dirancang untuk pedagang kecil di daerah wisata, hal ini telah terbukti dapat meningkatkan kemampuan bahasa mereka (Anggani et al., 2022; Nasution et al., 2022).

Selain itu, tujuan dari penerapan pembelajaran multibahasa tidak hanya akan meningkatkan kemampuan komunikasi para pedagang, tetapi juga memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal: Meningkatkan Pendapatan: dengan kemampuan bahasa yang lebih baik, para pedagang dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Selain meningkatkan kemampuan bahasa, pendekatan multibahasa juga membantu pedagang menjangkau lebih banyak pelanggan (Muindi, 2020). Peningkatan Kualitas Produk: Pelatihan dapat mencakup aspek pemasaran dan manajemen bisnis, sehingga para pedagang dapat memahami cara mengelola bisnis mereka dengan lebih baik. Pelestarian Budaya: Meskipun fokusnya adalah peningkatan ekonomi, pendidikan multibahasa juga dapat mencakup pelestarian budaya lokal melalui pengenalan produk Toraja ke dunia luar. Adapun kontribusi dari PKM ini bagi pedagang yaitu kemampuan pedagang dalam menawarkan barang menggunakan Bahasa Indonesia, Bahasa Toraja, dan Bahasa Inggris meningkat, disediakan packing berupa tas belanja bergambar icon Kete'Kesu dan pemasaran produk pedagang diperluas menggunakan ketekesu.shop website.

METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Ke'te Kesu selama 10 hari (11-20 september 2024) yang memuat empat (4) langkah kegiatan, yaitu: perencanaan dan koordinasi, penindakan, pendampingan, serta refleksi dan evaluasi. Adapun tim PKM ini adalah kolaborasi dua universitas yaitu Universitas Kristen Indonesia Toraja dan Universitas Muhammadiyah Makassar. Bekerjasama dengan Mitra dari Dinas Pariwisata Toraja, Pengelola Objek Wisata Kete'Kesu, dan pedagang souvenir Kete'Kesu mulai dari pengurusan surat perizinan, kesediaan mitra dalam meluangkan waktu untuk mengikuti pelatihan, serta keaktifan pedagang dalam menggunakan modul multilingual dan kesekesu.shop dalam berjualan souvenir.

1. Perencanaan dan Koordinasi

- a. Mengembangkan program pelatihan pembelajaran multibahasa dengan menggunakan bahasa Indonesia, Toraja dan Inggris dalam berinteraksi atau melakukan transaksi jual beli dengan wisatawan lokal dan mancanegara. Tim PKM menyusun dan merencanakan konten materi dari modul multibahasa. Strategi pemasaran produk secara online melalui platform, tim PKM mencari infor terkait hostinger web, license dan jasa design web. Merancang kemasan dan tas belanja untuk pedagang souvenir yaitu membuat design tas belanja berupa gambar Tongkonan.
- b. Berkoordinasi dengan kepala desa setempat dan ketua yayasan pariwisata Ke'te Kesu' untuk memastikan program pelatihan pembelajaran multibahasa dan strategi pemasaran nantinya. Dalam hal ini kepala desa membantu mengkomunikasikan jadwal pelatihan, jumlah pedagang yang terlibat dan tempat pelatihan.

2. Tindakan

Tindakan mengacu pada proses pelaksanaan program perencanaan dan koordinasi pembelajaran multibahasa (Indonesia, Toraja, dan Inggris) dalam interaksi jual beli dan strategi pasar. Langkah-langkahnya disesuaikan dengan program yang telah direncanakan sebelumnya:

- a. Program pelatihan pembelajaran multikultural dalam transaksi perdagangan
 - 1) Membagi peserta pelatihan pembelajaran multibahasa menjadi beberapa kelompok;
 - 2) Mendistribusikan modul berbasis kode QR yang memperhatikan interaksi jual beli yang mencakup tiga bahasa (Indonesia, Toraja dan Inggris);
 - 3) Penyampaian materi pembelajaran melalui pembelajaran multibahasa yang memperhatikan interaksi, tawar menawar dan transaksi jual beli;
 - 4) Mempraktikkan materi kebahasaan yang telah dipelajari.

b. Program pelatihan strategi pemasaran (menggunakan platform dan kemasan)

Program pelatihan strategi pemasaran dilakukan dengan menawarkan dan mengakomodir penggunaan platform/market place (Toko Ke'te Kesu') untuk memasarkan produk oleh-oleh secara online, serta menyediakan tas belanja bermotif rumah Tongkonan yang merupakan lambang dari Tempat wisata Kete Kesu di Toraja. Setelah kegiatan selesai, tim pengabdian masyarakat menginstruksikan para pedagang untuk terlibat dalam proses transaksi jual beli dengan pedagang lokal, domestik, dan internasional, mendokumentasikan prosesnya melalui video untuk menggambarkan penerapan modul multibahasa dan mengatasi tantangan komunikasi yang dihadapi dengan pembeli.

3. Pendampingan

Pendampingan program ini dilakukan bersama tokoh masyarakat (Kepala Kelurahan Panta'nakan lolo, Ketua Yayasan Layuk Sarunggalo dan para pedagang cinderamata di Ke'te Kesu' untuk melihat efektivitas pelatihan yang dilakukan terhadap pencapaian target meliputi pendampingan aspek kebahasaan interaksi pedagang oleh-oleh dengan pembeli serta kemampuan mereka dalam mengembangkan multibahasa (Indonesia, Toraja, dan Inggris).



Gambar 1. Pelatihan Penggunaan Modul Multilingual



Gambar 2. Penggunaan Website Ketekesu.shop



Gambar 3. Pendampingan Packing Produk



Gambar 4. Pendampingan Kepada Pedagang Souvenir

4. Refleksi dan Evaluasi

Refleksi dan evaluasi dalam program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas perencanaan, pelatihan, dan pendampingan dengan mencari kelemahan dan kelebihan yang terdapat pada setiap kegiatan program untuk dapat melakukan perbaikan agar program ini berkelanjutan. Dalam refleksi tim pengabdian harus menyesuaikan jadwal pelatihan yang tepat agar tidak mengganggu proses penjualan pedagang. Evaluasi pemberian materi yang singkat dan dalam sehingga lebih flexibel dipraktekkan oleh pedagang souvenir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan pembelajaran bahasa melalui program modul multilingual adalah mendampingi pedagang dalam menggunakan modul tiga bahasa yaitu bahasa Indonesia, Bahasa Toraja, dan Bahasa Inggris. Selain itu, dalam pendampingan tim PKM juga memberikan wadah jual beli secara e-commerce kepada pedagang souvenir untuk memasarkan produk berbasis website dan packing produk sesuai dengan icon objek wisata KeteKesu. Berikut beberapa hal utama terkait pendampingan:

1. Koordinasi Tim Pengabdian Kepada Masyarakat

Koordinasi tim pengabdian masyarakat dilakukan pada Senin, 29 Juli 2024 secara daring melalui Google Meet. Kegiatan ini dihadiri oleh Dr. Elizabeth Mangera, M.Pd. (ketua tim), Dr. Sitti Maryam Hamid, M.Pd., Grace Sriti Mengga, S.E., M.M dan anggota tim lainnya. Pembahasan yang dibahas dalam kegiatan ini adalah penyusunan jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pematangan metode pelatihan dan pendampingan masyarakat dan penyiapan materi pelatihan, modul pengajaran, website/pasar, dan tas belanja. Kegiatan koordinasi tersebut menghasilkan beberapa kesepakatan: pelatihan trade English dimulai pada tanggal 14 Agustus 2024, tim melakukan observasi dan sosialisasi/forum diskusi kelompok terlebih dahulu kepada peserta pelatihan agar mengetahui tujuan pelatihan untuk penguatan pedagang cinderamata melalui pembelajaran multibahasa. Selanjutnya, koordinasi dengan mitra dilaksanakan pada tanggal 13 September 2024 di kantor kecamatan dan yayasan.

2. Tindakan

a) *Pemberian materi*

Setelah mengakses modul berbasis kode QR dan mendapatkan teori, peserta diminta mempraktekkan materi dalam bentuk percakapan. Adapun uraian materi yang peserta peroleh dalam pendampingan modul multilingual yaitu kosakata dalam transaksi jual beli (Bahasa Indonesia, Bahasa Toraja, dan Bahasa Inggris), frasa umum dalam penjualan, negosiasi harga, deskripsi produk, sapaan dan perpisahan. Para peserta juga dibekali pula strategi pemasaran dengan berjualan online menggunakan platform market place. Selain itu, tim melakukan pendampingan dan pemberian tas belanja bermotif rumah Tongkonan yang merupakan lambang tempat wisata Ke'te Kesu' di Toraja. Setelah kegiatan selesai, tim pengabdian masyarakat menginstruksikan para pedagang untuk melakukan proses transaksi jual beli dengan pedagang lokal, domestik, dan internasional. Harapannya, dengan semakin banyaknya wisatawan yang datang baik lokal maupun mancanegara, para pedagang oleh-oleh dapat memasarkan dagangannya secara maksimal dan dapat menarik wisatawan untuk membeli baik secara langsung maupun online.

b) Penerapan materi

Kelompok dibentuk berdasarkan kemampuan masing-masing peserta dimana mereka pertama kali diberikan tes penempatan. Tujuan pemberian tes kepada pedagang yaitu untuk mengetahui kemampuan dasar bahasa yang dimiliki. Pedagang di klasifikasikan menjadi tiga kelompok: kelompok yang fasih berbahasa Toraja (Bahasa daerah) dan pasif menggunakan bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Kelompok kedua adalah pedagang yang fasih berbahasa Toraja dan Bahasa Indonesia namun pasif berbahasa Inggris. Kelompok ketiga adalah pedagang yang fasih berbahasa Indonesia dan Toraja juga mampu berbahasa dan memahami bahasa Inggris terbatas. Adapun materi tes yang diberikan pedagang diajak berkomunikasi menjelaskan produk-produk apa saja yang dipasarkan. Setelah diidentifikasi maka tim pendamping akan membantu pedagang meningkatkan kemampuan berbahasa mereka khususnya dalam proses jual-beli.

3. Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan pada tahap lanjutan. Tahapan ini merupakan kegiatan pasca program pengabdian masyarakat. Tim yang dibantu oleh tokoh masyarakat juga memberikan pendampingan hingga penerima manfaat dapat mempraktekkan materi yang telah diterimanya. Kekurangan atau kelemahan dalam proses pendampingan dijadikan acuan dalam penguatan materi pelatihan selanjutnya. Pendampingan yang diberikan kepada pedagang yaitu cara memasukkan dan memasarkan produk di website ketekesu.shop.

4. Refleksi dan Evaluasi

Tahapan refleksi dan evaluasi bertujuan untuk meningkatkan kualitas sekaligus mempelajari kelebihan dan kekurangan program yang telah dilaksanakan yang nantinya dapat dijadikan acuan program selanjutnya. Selama proses pelatihan, tim pelaksana kegiatan pengabdian memantau peserta pelatihan serta melakukan wawancara terhadap materi, metode dan instruktur dalam kegiatan ini. Secara umum peserta mengatakan pelatihan sangat baik dan materi yang diberikan merupakan materi yang dibutuhkan dalam pembelian dan transaksi.

KESIMPULAN

Inisiatif pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan agar masyarakat Indonesia, khususnya para pedagang oleh-oleh Kete Kesu di Kabupaten Toraja Utara, Sulawesi Selatan, dapat memanfaatkan modul multibahasa untuk meningkatkan kemampuannya, terutama pada saat transaksi pembelian dan penjualan, sehingga menjamin wisatawan mendapatkan pelayanan yang optimal dan kepuasan dalam pembelian souvenir mereka. Selain itu, para pedagang souvenir juga sudah mahir memanfaatkan teknologi melalui platform/ market place. Menginput produk penjualan secara sistematis ke dalam website souvenir objek wisata Kete Kesu yang ditunjuk. Meningkatkan website dengan kategori produk baru. Memasukkan kotak komentar bagi pembeli untuk mengirimkan ulasan barang yang telah mereka peroleh. Pedagang cinderamata di Kete Kesu diharapkan dapat menggunakan taktik jual beli yang telah diinstruksikan untuk meningkatkan omzet penjualan bulanan. Menampilkan kekhasan destinasi wisata Kete Kesu melalui penyediaan tas belanja plastik yang dirancang khusus menampilkan gambar Tongkonan, Toraja. Pedagang cinderamata dapat memanfaatkan sistem pembayaran elektronik untuk memudahkan proses transaksi pembayaran. Keterbatasan dari kegiatan ini adalah durasi waktu pelatihan yang diminimalisir dikarenakan pedagang harus tetap berjualan. Sehingga diharapkan nantinya akan dan pedampingan lebih lanjut dan lebih rinci agar pedagang lebih paham terkait penggunaan bahasa dan pemasaran e-commerce.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas pemberian dana pengabdian kepada masyarakat. Apresiasi setinggi-tingginya kami sampaikan kepada Kepala Desa Rantepao dan para pedagang cinderamata kete kesu dari Desa Bonoran, Desa Tikunna Malenong, Kecamatan Sanggalangi, Toraja Utara, Sulawesi Selatan, atas kerja sama yang patut dicontoh selama pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, K. M. (2003). The politics of heritage in Tana Toraja, Indonesia: Interplaying the local and the global. *Indonesia and the Malay World*, 31(89), 91–107. <https://doi.org/10.1080/13639810304444>
- Anggani, L., Yuniarti, T., & Saepudin, S. (2022). Upaya Peningkatan Berbahasa Inggris Para Pedagang di Pesisir Pantai Pulau Putri Karawang. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 144–153. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2420>
- Bali, P. I. (2019). Peranan Keterampilan Berbahasa Inggris Dalam Industri Pariwisata. *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 2(1), 71–82. <https://doi.org/10.46837/journey.v2i1.42>
- Bin-Tahir, S. Z., Atmowardoyo, H., Dollah, S., & Rinantanti, Y. (2017). Multilingual instructional model of pesantren schools in indonesia. *Journal of Language Teaching and Research*, 8(6), 1210–1216. <https://doi.org/10.17507/jltr.0806.24>
- Emilia, H. (2022). *Diterapkan Oleh Perguruan Tinggi*. 2(3), 122–130.
- Ferro, M. J., & Ribeiro, S. (2016). The role of language in international trade. *Proceedings of the International Congress on Interdisciplinarity in Social and Human Sciences*, pp. 608–621.
- Hadiyat, Y. D. (2019). Disrupsi Digital dan Pariwisata di Toraja Digital Disruption and Tourism in Toraja. Doi: <https://doi.org/10.22236/solma.v13i3.16645>

- Junaid, I. (2015). Sustainable Tourism in Toraja: Perspective of Indigenous People. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 14(1), 45. <https://doi.org/10.5614/ajht.2015.14.1.5>
- Kausar, D. R. K., & Gunawan, M. P. (2018). Managing heritage tourism in Toraja: strengthening local values and improving tourists' experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 13(6), 550–561. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2017.1411356>
- Malone, S., & International, S. I. L. (2007). *of quality education... Speakers of mother tongues, which are not the same.* 1–8.
- Muindi, T. (2020). The Role of Multilingualism as a tool in Spurting Trade among the BRICS: An Economic Perspective. *Brics and Economic Development: A Multidisciplinary Perspective*, 113–126. <https://doi.org/10.34256/iorip20286>
- Nasution, S. S., Kusumoriny, L. A., & Sitepu, S. S. W. (2022). English for Tourism Untuk Pedagang Di Kawasan Pantai Bandulu Untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Jual Beli. *Journal of Community Research and Service*, 6(2), 163. <https://doi.org/10.24114/jcrs.v6i2.37495>
- Raharjo, B. (2019). Fintech: Teknologi Finansial Pebankan Digital. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11). Retrieved from http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MEL_ESTARI
- Tindaon, S. S. (2022). Implementasi Inbound Marketing di Era New Normal: Strategi Pemasaran Pada PT. Tama Cokelat Indonesia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 104–115. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.3066>
- Widani, N. N., Lumanauw, N., & ... (2023). Pelatihan Bahasa Inggris Untuk Para Pedagang di Objek Wisata. *Jurnal Mengabdi Dari ...*, 2(1), 23–32. Retrieved from <https://journal.mudaberkarya.id/index.php/JMH/article/view/39%0Ahttps://journal.mudaberkarya.id/index.php/JMH/article/download/39/21>