

LAPORAN PENELITIAN
PENELITIAN HIBAH BERSAING



**ANALISIS KEBUTUHAN PADA MATA KULIAH *PRACTICUM ON*
*TOURISM***

Disusun oleh:

Muh. Saeful Effendi, M. Pd. B. I.
Khafidhoh, M. Pd.

Pendidikan Bahasa Inggris
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
Desember 2018

PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA
ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
NOMOR KONTRAK : PHB-012/SP3/LPPM-UAD/VI/2018

**HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL PENELITIAN HIBAH BERSAING
TAHUN AKADEMIK 2017/2018**

Judul Penelitian : Analisis Kebutuhan pada Mata Kuliah *Practicum on Tourism*
Rumpun Ilmu : Pendidikan Bahasa Inggris
Butir RIP : Materi Pembelajaran Bahasa Inggris
TSE Penelitian : Tertiary Education
Jenis Penelitian : Penelitian Hibah Bersaing
Ketua Peneliti
a. Nama Lengkap dan Gelar : Muh. Saeful Effendi, M. Pd.B.I.
b. NIY : 60150780
c. Pendidikan Terakhir : S2 Jabatan Akademik: Asisten Ahli
d. Fakultas/Program Studi : FKIP/Pendidikan Bahasa Inggris
e. No. HP/Alamat E-mail : 081381994320/muh.effendi@pbi.uad.ac.id
Anggota Peneliti
a. Nama Lengkap dan Gelar : Khafidhoh, M. Pd.
b. Fakultas/Program Studi : FKIP/Pendidikan Bahasa Inggris
c. No. HP/Alamat E-mail : 085643083280/khafidhoh@pbi.uad.ac.id
Lokasi Penelitian : Yogyakarta
Lama Penelitian : 12 Bulan
Biaya Keseluruhan : Rp. 9.000.000


Yogyakarta, 10 Januari 2019

Mengetahui,
Wakil Dekan FKIP

Dody Hartanto, M.Pd.
NIP. 60090563

Ketua Peneliti,


Muh. Saeful Effendi, M. Pd.B.I.
NIY. 60150780

Menyetujui,
Ketua LPPM UAD

Dr. Widodo, M. Si.
NIP. 19600221198709 1 001

SURAT PERNYATAAN

Dengan surat ini kami menyatakan bahwa penelitian :

1. Judul penelitian : Analisis Kebutuhan pada Mata Kuliah
Practicum on Tourism
2. Peneliti
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Muh. Sarful Effendi, M. Pd.B.I.
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. Pangkat dan Golongan : -
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. Fakultas/Jurusan : FKIP/ Pendidikan Bahasa Inggris
 - f. Alamat : Jl. Pramuka 42, Sidikan, Yogyakarta 556161
 - g. Nomor Telepon/HP : 081381994320
 - h. E-mail : muh.effendi@pbi.uad.ac.id
3. Jumlah Anggota Peneliti : 1 (satu)
4. Lama Penelitian : 12 Bulan
5. Biaya yang diperlukan :
 - a. Sumber UAD : Rp 9.000.000
 - b. Sumber Lain : Rp -
 - Jumlah : Rp 9.000.000

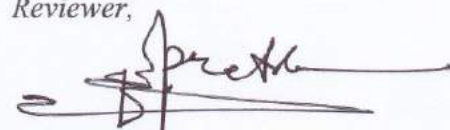
Telah direvisi sesuai dengan masukan dan petunjuk yang disampaikan *reviewer*.

Mengetahui,

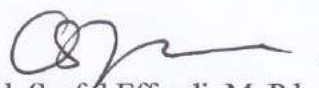
Yogyakarta, 10 Januari 2019

Reviewer,

Peneliti,



Bambang Widi Pratolo, Ph. D.
NIY.60930115



Muh Saeful Effendi, M. Pd.
NIY. 60150780

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmatNya sehingga kami dapat melaksanakan penelitian ini dengan baik. Selanjutnya, penelitian ini tentu tidak dapat dijalankan dengan baik tanpa kepercayaan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kepada Kaprodi PBI UAD yang telah memberikan kepercayaan kepada kami, para mitra praktikum, serta segenap mahasiswa peserta praktikum yang telah membantu terlaksananya penelitian ini, dan pihak-pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, kami ucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya. Semoga kebaikan yang Bapak Ibu berikan mendapat imbalan yang jauh lebih baik dari Allah SWT.

Terakhir, semoga penelitian yang masih banyak kekurangannya ini tetap bernilai ibadah yang berkah dan manfaat. Semoga Allah senantiasa menjadikan kita sebagai orang yang memiliki pemahaman hidup yang baik, berbahagia, dan bermanfaat.

Yogyakarta, 5 Desember 2018

Muh Saeful Effendi, M. Pd. B.I.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN REVISI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
RINGKASAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	2
C. Fokus Penelitian.....	3
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Tujuan Penelitian.....	3
F. Manfaat Penelitian.....	3
G. Target Luaran.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	6
B. Penelitian yang Relevan.....	8
C. Kerangka Pikir.....	8
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	9
B. Setting.....	9
C. Subyek Penelitian.....	9
D. Prosedur Penelitian.....	9
E. Komponen yang Diinvestigasi.....	9
F. Kriteria Investigasi.....	9
G. Instrumen Penelitian.....	12
H. Teknik Pengumpulan Data.....	13
I. Teknik Validasi Data.....	13
J. Teknik Analisis Data.....	13
K. Teknik Reliabilitas Data.....	13

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	15
B. Pembahasan.....	15

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	21
B. Saran	22

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Instrumen
2. Artikel Ilmiah
3. Salinan Kontrak Penelitian
4. Boring Capaian/Luaran
5. Profil PEnelitian
6. FC Presensi

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memotret kebutuhan mahasiswa dalam mata kuliah *Practicum on Tourism*. Kebutuhan yang dimaksud meliputi *learner needs* dan *learning needs*.

Ada beberapa langkah yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu menentukan fokus penelitian, mengumpulkan referensi, menentukan desain penelitian, mengumpulkan data, meringkas dan menginterpretasikan data, serta melaporkan hasil penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri sebagai instrumen kunci dan panduan wawancara serta angket sebagai instrumen tambahan. Selanjutnya, validasi data diperoleh melalui tiga teknik, yaitu menggunakan beragam sumber data, membuat database, dan memilah data yang sesuai. Terakhir, analisis data dilakukan dengan mengumpulkan data, memilah data, menyimpulkan, serta menampilkan data.

Luaran utama dari penelitian ini berupa artikel ilmiah yang memuat hasil investigasi yang diperoleh dalam penelitian ini. Selanjutnya, luaran tambahan yang diharapkan ialah bahan ajar untuk mata kuliah *Practicum on Tourism*.

Kata kunci: analisis kebutuhan, *Practicum on Tourism*

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi dasar-dasar dari penelitian yang akan dilakukan. Bab ini terdiri atas enam bagian, yaitu latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

A. Latar Belakang

Untuk memenuhi tuntutan jaman serta kebutuhan berdasarkan potensi lokal, Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Ahmad Dahlan (prodi PBI UAD) menambahkan empat jenis praktikum dalam struktur kurikulumnya. Praktikum tersebut meliputi *Practicum on Journalism*, *Practicum on Translation*, *Practicum on Teaching English for Young Learners (TEYL)*, dan *Practicum on Tourism*.

Sebenarnya, praktikum-praktikum tersebut dimulai pada waktu yang berbeda. Awalnya, praktikum yang ada hanyalah *Practicum on Journalism* dan *Practicum on TEYL*. Setelah empat tahun dilakukan, dua praktikum yang lain, *Practicum on Translation* dan *Practicum on Tourism*, mulai dilaksanakan.

Terkait mata kuliah baru tersebut, tentu para dosen pengampu *Practicum on Tourism* masih terus berinovasi untuk membuat konsep penelitian yang komprehensif dan *friendly* untuk diikuti oleh para mahasiswa, sehingga tujuan dari mata kuliah tersebut dapat dicapai dengan baik. Pada tahun pertama, konsep yang diusung ialah *Guiding*. Sebenarnya hal tersebut sangat menarik untuk dieksplor, namun sebagian mahasiswa mengeluh bahwa

kegiatan tersebut terlalu monoton dan kurang menantang. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan di akhir praktikum, maka pada tahun kedua, konsep praktikum diubah menjadi promosi pariwisata. Kegiatan dilakukan mulai dari pembekalan, pembagian kelompok, observasi, wawancara, sampai mengemas data menjadi informasi dan promosi wisata. Meski para peserta praktikum merasa konsep tersebut sangat menarik untuk dilakukan, namun tetap ada keluhan bahwa penjelasan yang komprehensif di awal praktikum belum dilakukan dengan baik sehingga di akhir praktikum, output yang diperoleh berbeda-beda. Hal ini menunjukkan perlunya menggali kebutuhan mahasiswa akan konsep praktikum yang sesuai untuk dilakukan.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk memotret kebutuhan mahasiswa untuk periode praktikum berikutnya sehingga konsep yang tepat dapat diperoleh. Penelitian ini bukan saja bertujuan untuk meningkatkan reputasi penelitian bagi peneliti, namun juga wujud tanggungjawab untuk menyelenggarakan pembelajaran yang baik dan profesional bagi para mahasiswa.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan kegiatan pra-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, ada beberapa masalah terkait *Practicum on Tourism*, antara lain:

1. Terkadang materi pada mata kuliah *English for Tourism* berbeda dengan konsep *Practicum on Tourism*.
2. *Tourism* memiliki jangkauan elemen yang sangat luas.

3. Dinamika pariwisata yang sangat cepat.
4. Belum ada konsep *Practicum on Tourism* yang pasti.
5. Belum ada panduan *Practicum on Tourism* yang pasti.

Berbagai permasalahan yang teridentifikasi dalam kegiatan pra-penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini perlu dilakukan untuk memfasilitasi mahasiswa dengan pembelajaran yang komprehensif, profesional, dan menyenangkan.

C. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian hanya fokus pada kebutuhan mahasiswa pada mata kuliah *Practicum on Tourism*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan, rumusan masalah yang menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Apa saja aspek bahasa yang perlu dipelajari dalam *Practicum on Tourism*?
2. Apa saja aspek non bahasa yang perlu dipelajari dalam *Practicum on Tourism*?

E. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui aspek bahasa dan nonbahasa yang perlu dipelajari dalam mata kuliah *Practicum on Tourism*.

F. Manfaat Penelitian

Secara teoretis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih tentang kebutuhan mahasiswa dalam mata kuliah *Practicum on Tourism*. Selanjutnya, secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan berbagai manfaat baik bagi peneliti, dosen mata kuliah yang bersangkutan, mahasiswa, dan peneliti lain. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman yang lebih dalam memotret kebutuhan mahasiswa dalam perkuliahan. Selanjutnya, bagi dosen pengampu mata kuliah *Practicum on Tourism*, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memformulasikan konsep pembelajaran yang tepat. Kemudian, bagi mahasiswa *Practicum on Tourism*, hasil penelitian ini diharapkan mampu mewedahi aspirasi mereka agar dapat memperoleh pembelajaran yang sesuai. Terakhir, bagi peneliti lain, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam melakukan penelitian lain yang relevan.

G. Target Luaran

1. Luaran wajib

Luaran wajib dari penelitian ini adalah artikel jurnal yang akan diterbitkan oleh Ahmad Dahlan Journal of English Study (ADJES), sebuah jurnal ilmiah yang dikelola oleh program studi Pendidikan Bahasa Inggris UAD yang telah memiliki ISSN.

2. Luaran tambahan

Luaran tambahan dari penelitian ini adalah bahan ajar untuk mata kuliah *Practicum on Tourism*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan pandangan-pandangan teoretis yang mendasari penelitian ini. Bab ini terdiri dari tiga bagian, yaitu kajian teori, penelitian yang relevan, dan kerangka pikir.

A. Kajian Teori

Pada bagian ini, peneliti mengkaji beberapa teori yang relevan dengan penelitian ini. Disini akan dipaparkan beberapa teori mengenai Pariwisata dan Analisis Kebutuhan Pembelajaran.

1. Pariwisata

Menurut Damanik dan Weber (2006: 11), pariwisata menawarkan dua komoditi utama, yaitu produk dan jasa. Produk pariwisata mengandung pengertian segala produk yang ditawarkan dalam pariwisata, sedangkan jasa pariwisata lebih pada layanan yang dapat dinikmati dalam kegiatan pariwisata. Produk dan jasa dalam pariwisata mencakup banyak hal, terutama di jaman yang sangat dinamis sekarang ini.

2. Analisis Kebutuhan Pembelajaran

Day dan Krzanowski (2011: 9) menyatakan bahwa analisis kebutuhan merupakan prosedur yang komprehensif untuk mengetahui profil siswa, kebutuhan, serta keinginannya. Selanjutnya, Richards (2001: 52) mengemukakan bahwa tujuan dari dilakukannya analisis kebutuhan ialah

untuk mengetahui kebutuhan siswa, formula pembelajaran apa yang sesuai untuk siswa tersebut, tingkat pentingnya suatu materi diajarkan, masalah yang dihadapi siswa dalam pembelajaran, dan gap antara apa yang telah mereka kuasai dan belum. Dari pendapat dua ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa analisis kebutuhan merupakan prosedur komprehensif yang memiliki peran signifikan untuk mengetahui kebutuhan, keinginan, serta kelemahan siswa dalam pembelajaran dimana informasi tersebut sangat diperlukan untuk memformulasikan kegiatan pembelajaran yang efektif, efisien, komprehensif, dan menyenangkan bagi siswa maupun pendidik.

Hutchinson dan Waters (1987: 55) lebih lanjut mengklasifikasikan kebutuhan siswa dalam dua jenis, yaitu *learner needs* dan *learning needs*. *Learner needs* berhubungan dengan berbagai kebutuhan siswa yang berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, dan kelemahannya sedangkan *learning needs* terkait dengan berbagai hal yang mendukung pembelajaran, antara lain setting, fasilitas, dan juga desain pembelajaran.

B. Penelitian yang Relevan

Ada beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Eslami (2010) melakukan penelitian berjudul *Teachers' Voice vs Students' Voice: A Needs Analysis Approach to English for Academic Purposes (EAP) in Iran*. Hasil dari penelitian tersebut ialah adanya perbedaan antara pandangan dosen dan mahasiswa mengenai kebutuhan dalam pembelajaran pada mata kuliah EAP.

2. Xie (2004) melakukan sebuah penelitian berjudul *Tourism Field Trip: The Students' View of Experiential Learning*. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa para siswa menyukai program tersebut karena dapat membantu membentuk kepribadian mereka melalui kerja-kerja kelompok. Selanjutnya, profil tujuan wisata juga mempengaruhi antusiasme para siswa.

Berbagai penelitian tersebut mendukung perlunya dilakukan analisis kebutuhan mahasiswa dalam perkuliahan, khususnya pada mata kuliah *Practicum on Tourism*.

C. Kerangka Pikir

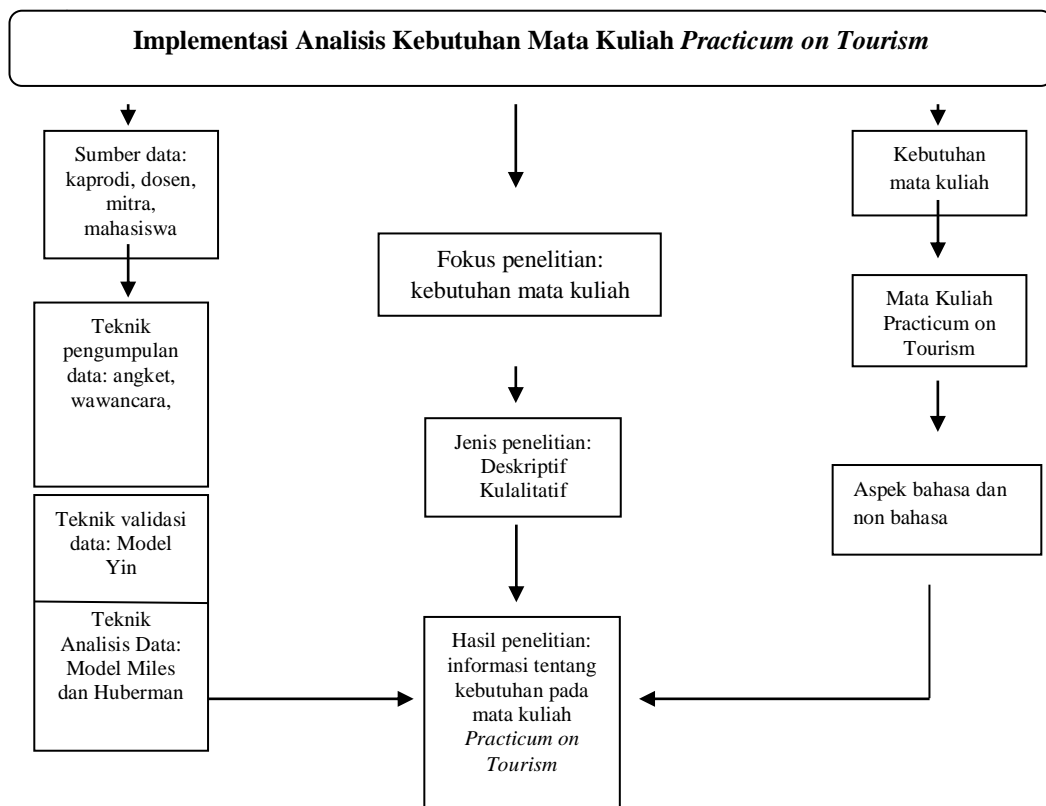


Diagram 1. Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini terdiri atas tujuh bagian, yaitu jenis penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, prosedur penelitian, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, dan, teknik validitas data, dan teknik analisis data.

A. Jenis Penelitian

Karena tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui kebutuhan mahasiswa dalam pembelajaran pada mata kuliah *Practicum on Tourism*, maka penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif

B. Setting

Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari sampai Desember 2018 di prodi PBI UAD

C. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini ialah Kaprodi, dosen pengampu mata kuliah *Practicum on Tourism* dan, mitra praktikum, dan mahasiswa prodi PBI UAD semester 7 yang mengambil mata kuliah *Practicum on Tourism*.

D. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini mengadaptasi model penelitian deskriptif kualitatif yang dikemukakan oleh Hancock dan Algozzine (2006: 15) yang meliputi langkah-langkah berikut.

1. Menyiapkan penelitian

Dalam tahap ini, peneliti menentukan fokus dari penelitian yang akan dilakukan.

2. Mengumpulkan referensi

Dalam tahap ini, peneliti mencari dan memilih berbagai referensi yang mengandung teori yang terkait dengan fokus penelitian yang telah ditentukan.

3. Menentukan desain penelitian

Pada tahap ini, peneliti menentukan model penelitian yang dikemukakan oleh ahli yang akan menjadi dasar dalam melaksanakan penelitian.

4. Mengumpulkan data

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan berbagai instrument penelitian yang telah disiapkan sebelumnya.

5. Meringkas dan menginterpretasikan data

Dalam tahap ini, peneliti tidak hanya meringkas data yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya, tapi juga menafsirkan data tersebut sesuai dengan teori yang dijadikan acuan.

6. Melaporkan hasil penelitian

Terakhir, peneliti membuat lapran yang menyajikan hasil penelitian yang telah dilakukan.

E. Komponen yang Diinvestigasi

Komponen-komponen yang diinvestigasi dalam penelitian ini meliputi aspek bahasa dan non bahasa

F. Kriteria Investigasi

Indikator dan kriteria investigasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini terjaji dalam tabel berikut.

Tabel 2. Kriteria Investigasi

No	Aspek	Komponen	Instrumen
1	Bahasa	Ekspresi yang digunakan	Panduan wawancara, angket
2	Non Bahasa	Manajemen	Panduan wawancara, angket
		Marketing	Panduan wawancara, angket
		Hospitality	Panduan wawancara, angket

G. Instrumen Penelitian

Karena penelitian ini adalah penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrument utama dalam penelitian ini. Kemudian, instrument tambahan dalam penelitian ini meliputi panduan wawancara dan angket

H. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dalam berbagai cara berikut ini.

1. Angket

Angket disebarkan pada para mahasiswa yang mengikuti *Practicum on Tourism* untuk mengetahui testimoni mereka mengenai kegiatan praktikum yang telah dilakukan.

2. Interview

Interview merupakan teknik penunjang pemerolehan data yang ditujukan untuk menggali informasi secara mendalam dari subyek penelitian.

I. Teknik Validasi Data

Teknik validasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan model validasi Yin. Yin (2002: 51) menyebutkan tiga teknik validasi data dalam penelitian studi kasus sebagai berikut.

1. Menggunakan sumber data yang beragam

Dalam hal ini, peneliti mengakomodir triangulasi dalam pemerolehan data. Peneliti tidak hanya mengakomodir data yang diperoleh dari satu subyek penelitian, namun beberapa subyek penelitian. Peneliti juga menggunakan instrument penelitian yang beragam dalam memperoleh data penelitian.

2. Membuat Database Penelitian

Membuat database penelitian penting dilakukan untuk mendokumentasikan informasi yang diperoleh selama penelitian dilakukan. Data yang diperoleh tidak hanya didokumentasikan dalam database namun juga ditata secara sistematis untuk memudahkan dalam merangkum dan menginterpretasikan data.

3. Memilah data

Tidak semua data yang diperoleh selama penelitian digunakan dalam tahap selanjutnya. Hanya data yang valid yang akan diproses lebih lanjut untuk diringkas dan diinterpretasikan menjadi hasil penelitian.

J. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model analisis data Miles dan Huberman dalam Yin (2002: 110) sebagai berikut.

1. Mengumpulkan data

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi, interview, dan dokumentasi.

2. Mereduksi data

Tidak semua data yang telah diperoleh pada akhirnya digunakan dalam tahap analisis data. Oleh karena itu, peneliti memilih data yang sesuai untuk digunakan dan akan mereduksi data yang tidak sesuai sehingga diperoleh analisis data yang sesuai.

3. Menampilkan data

Data yang telah diperoleh dan dipilih selanjutnya ditampilkan dalam bentuk tulisan maupun tabel dan visualisasi lainnya.

4. Menyimpulkan

Verifikasi data yang dilanjutkan dengan menyimpulkan data dilakukan secara kontinu selama penelitian dilakukan.

K. Teknik Reliabilitas Data

Untuk menghindari subyektifitas dan hasil analisis yang bias, maka peneliti melakukan triangulasi dengan cara mengakomodir informasi dari lebih dari satu subyek penelitian serta menggunakan teknik pengumpulan data dan instrument yang beragam namun saling mendukung satu sama lain.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan juga pembahasan yang disesuaikan dengan pertanyaan penelitian yang ada pada Bab I. pada Bab ini peneliti mengklasifikasikan data berdasarkan konsep *tourism* dan memberikan penjelasan sesuai dengan data dan teori yang ada.

A. Hasil

Pada tahap ini, peneliti memaparkan hasil analisis kebutuhan program praktikum on Tourim yang diambil dari Mitra dan mahasiswa. Setelah mendapatkan data, peneliti mengklasifikasikan data yang didapat menjadi dua kebutuhan utama, yaitu kebutuhan Bahasa dan Non-bahasa. Kebutuhan bahasa meliputi ekspresi yang dibutuhkan olah mahasiswa bail lisan ataupun tertulis ketika praktik di tempat mitra, sedangkan kebutuhan Non-bahasa meliputi *marketing*, manajemen, dan *hospitality*

1. Ekspresi Bahasa

Berdasarkan data yang diperoleh dari mahasiswa praktikum dan beberapa mitra, ekspresi yang sering digunakan dalam proses pelayanan terhadap wisataman terangkum dalam table berikut

Table 1. ekspresi yang dibutuhkan dalam Tourism

Ekspresi	Konteks penggunaan
Greetings dan introduction	Ketika bertemu dengan pelanggan atau tamu
Suggestions	Ketika pelanggan mencari produk wisata
describing something	Ketika menawarkan produk wisata

	kepada pelanggan, ketika mendampingi tamu eksplorasi tempat wisata
giving steps on how to do something	Ketika mendampingi tamu untuk menggunakan sarana atau produk wisata
expression of politeness	Ketika bertanya kepada tamu ataupun memberikan informasi tentang tempat wisata
jokes	Ketika proses pendampingan, misalnya ketika perjalanan menuju tempat wisata
Giving opinion	Ketika memberikan penjelasan tentang tempat wisata
Offering	Ketika ingin menawarkan obat-obatan, kantong muntah, menawarkan bantuan
Giving advice	Ketika ingin berbelanja, mengunjungi tempat2 peribadatan
Asking for apologize	Ketika terjadi ketidak sesuaian dengan jadwal, atau dengan rencana awal
Asking permission	Ketika ingin mengambil foto, ke kamar mandi, sholat dll.

Selain ekspresi bahasa, menurut DinPar (Dinas Pariwisata) Kabupaten Bantul. kemampuan menerjemahkan bahasa Indonesia ke bahasa Inggris khususnya untuk menerjemahkan materi-materi yang ada di brosur ataupun di web juga sangat penting dalam mendukung perkembangan wisata untuk lebih dikenal secara luas.

2. Marketing (pemasaran)

Menurut keterangan DinPar (Dinas Pariwisata), dalam mengelola sebuah tempat atau kawasan wisata, *marketing* mempunyai peran yang sangat penting. Marketing mencakup produk dan jasa. Dalam hal ini, pelaku wisata harus pandai mengidentifikasi bentuk produk-produk wisata

yang mempunyai potensi untuk dikembangkan dan kemudian dipromosikan ke khalayak. Pihak DinPar telah membantu pembuatan materi dan memfasilitasi beberapa kawasan wisata di Bantul mempromosikan produk dan jasa mereka dalam bentuk content di web dan brosur, tetapi ke dua bentuk promosi itu masih dalam bentuk bahasa Indonesia. Sedangkan mereka berharap bisa dibantu untuk mengalih bahasakan semua materi promosi kedalam bahasa Inggris.

Selain itu, masih banyak potensi yang belum teridentifikasi di masing-masing tempat dan kawasan wisata yang memerlukan sumberdaya manusia untuk bisa mengidentifikasi dan mengemasnya menjadi sebuah materi publikasi.

Disisi lain, menurut keterangan Ikhsan, pemilik “Jogjakarta Local Tourism”, Marketing sangat menentukan bagaimana sebuah tempat wisata dapat diketuaihi oleh orang diseluruh dunia dan menarik mereka untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Bentuk marketing dari Jogjakarta local tourism adalah laman web

Sedangkan dari keterangan mahasiswa praktikum, didapat beberapa hal penting terkait dengan kebutuhan marketing di beberapa tempat mitra. Proses pemasaran yang ada di Jawa Tour and Travel menggunakan *Website* dan juga media social seperti *Facebook*, *Instagram*, *Whatsap*. Dalam media ini, informasi harus *up to date* dan selalu diperbaharui informasinya setiap saat sehingga konsumen dapat

dengan jelas mengakses semua informasi yang dibutuhkan dan menghubungi pemilik jasa untuk keperluan konfirmasi atau langsung pemesanan.

Ditempat lain di YLT (Yogyakarta Local Tourism), strategi marketing dilakukan dengan beberapa cara, yaitu dengan bekerjasama dengan TripAdvisor, Website, dan brosur. Materi dari tiga bentuk marketing ini relatif sama, yaitu berisi tentang deskripsi tentang paket wisata dan rincian biaya yang dibutuhkan. Brosur memungkinkan tamu untuk memilih paket wisata secara langsung, sedangkan melalui jasa TripAdvisor dan Website, wisatawan dapat mencari informasi dari jarak jauh sekaligus melakukan reservasi.

3. Manajemen

Manajemen dari beberapa mitra praktikum on Tourism memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan. Secara struktur organisasi, hampir semua pemilik merupakan manajer yang mengatur dan mengawasi jalannya bisnis. Sedangkan SDM (Sumber Daya Manusia) yang ada di masing-masing tempat mitra sangat bervariasi. Di YLT misalnya, ada satu manajer (pemilik), 2 orang karyawan yang menjaga kantor untuk melayani tamu, proses tawar menawar harga, dan membuat kontrak. Kemudian untuk sumberdaya di lapangan, ada beberapa orang supir dan pemandu.

Manajer di YLT sangat aktif terlibat dalam proses bisnis. Tidak jarang manajer turun tangan dalam menyelesaikan pekerjaan di kantor, terutama ketika terjadi tawar menawar harga. Untuk kegiatan harian di lapangan, manajer juga sering berpartisipasi untuk mengkoordinasi para pemandu wisata sebelum mereka mendampingi tamu mengunjungi tempat-tempat wisata. Manajer juga melibatkan beberapa pemuda setempat untuk mengantarkan wisatawan ke berbagai tempat wisata.

YLT memiliki 2 tempat kerja yaitu di Jl. Prawirotaman, kota Yogyakarta dan desa Imogiri sebagai *Tourist Escort*. Komunikasi antar dua tempat ini sangat bagus dengan dukungan tim yang solid, sehingga nampak rapih dan terencana.

Berbeda dengan YLT, jasa Tour and Travel memiliki proses manajemen yang kompleks karena melibatkan banyak pihak yang dijadikan mitra dalam proses kerjanya. Pemilik sebagai manajer mengkoordinasi semua proses bisnis, dari memutuskan harga, mengawasi komunikasi dengan calon klien, tempat wisata, hotel, restaurant, dan pemilik jasa bus. Menejer dibantu beberapa karyawan marketing dan tour leader dari proses awal sampai akhir.

Dalam prosesnya, manejer memastikan jumlah rombongan yang akan mengikuti tour, memesan jumlah bus dengan kualitas sesuai dengan keinginan konsumen, serta menentukan rumah makan dan hotel yang

sesuai. Selanjutnya manajer bersama dengan tim akan menentukan jadwal dari mulai awal sampai akhir perjalanan wisata.

4. Hospitality

Hospitality yang harus dilakukan dalam proses bisnis *tourism* adalah sebagai berikut.

1. Tepat waktu dalam mengikuti jadwal yang telah ditetapkan.
2. Berpakaian rapi dan sopan
3. Mengutamakan tamu dalam hal makan dan istirahat
4. Setiap tim harus saling bekerjasama
5. Mengutamakan pelayanan yang terbaik
6. Menyapa tamu dengan ramah dan menawarkan produk wisata dengan jelas.
7. Mengidentifikasi pengunjung dalam aspek budayanya, sehingga dapat berkomunikasi dan memberikan kesan baik.
8. Selalu tersenyum dalam menyampaikan informasi apapun.
9. Mengatur kedekatan dengan pengunjung, kadang ada pengunjung yang sedang tidak mood atau kurang antusias. Karena kedekatan kita, kadang mengganggu pengunjung
10. Menanyakan kondisi dan memastikan bahwa pengunjung dalam keadaan siap untuk menikmati tempat wisata. Dan menginformasikan jika harus ada persiapan khusus untuk tempat wisata tertentu

11. Menginformasikan lebih awal tentang apa yang akan segera dilakukan atau yang akan ditemui dalam proses pendampingan.
12. Meminta izin kepada konsumen ketika ingin mengambil foto atau sekedar ke kamar mandi.
13. Memberikan informasi yang tepat tentang sarana yang diperlukan pengunjung dimanapun tempat wisatanya, terutama yang berkaitan dengan kebutuhan pengunjung seperti kamar mandi, tempat foto, tempat membeli barang, dll

B. Pembahasan

Hasil penelitian diatas akan dibahas dalam beberapa poin berikut:

1. Aspek kebahasaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kebahasaan dalam bentuk ekspresi lisan dan tertulis sangat bervariasi, tetapi semuanya merupakan kebutuhan bagi komunikasi antara pemilik jasa dan konsumen (pengunjung, turis, dll). Dari hasil penelitian yang diperoleh, ekspresi dapat dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu *pre-service* dan *on-service*.

Pre-service merupakan bentuk ekspresi bahasa yang dibutuhkan selama proses marketing. Secara lisan, ekspresi bahasa yang baik dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk mencari tahu lebih lanjut tentang produk wisata yang ditawarkan. Ekspresi lisan dibutuhkan ketika

wisatawan datang langsung ke kantor pemasaran untuk mencari informasi tentang jasa atau produk wisata yang ditawarkan. Pilihan kata yang digunakan dalam penyampaian produk harus mempertimbangkan bukan hanya aspek sosiolinguistik tetapi juga aspek sosiologi (Cohen, E., & Cooper, R. L.: 1986). Hal ini dikarenakan banyak wisatawan asing yang baru pertama kali berkunjung dengan membawa budaya mereka, sehingga butuh adaptasi dengan lingkungan yang baru.

Sedangkan dalam ekspresi tulis, bahasa digunakan dalam mendeskripsikan produk wisata secara khusus yang dituangkan dalam brosur ataupun konten web. Secara spesifik bahasa dalam bentuk tulis harus jelas dengan pilihan kata yang tepat sehingga wisatawan dengan mudah mengakses informasi tentang bentuk produk wisata, harga, dan mekanisme pemesanannya.

Disamping itu, foto atau gambar yang merepresentasikan tempat wisata, fasilitas dan produk wisata sangat penting. Oleh karena itu pada brosur dan konten web disominasi oleh foto dan gambar. Foto menjadi alat komunikasi yang efektif untuk promosi. Wisatawan akan dengan mudah mengidentifikasi suasana tempat, dan fasilitas di tempat wisata. Bentuk komunikasi seperti ini biasa disebut dengan istilah *Touristic Language*, yaitu penggunaan gambar atau tanda untuk menggambarkan sebuah tempat wisata (Kolcun, M., Kot, S., & Grabara, J: 2014)

2. Aspek Non-bahasa

Pada aspek ini meliputi marketing, hospitality, dan manajemen. Marketing merupakan aspek penting dalam perjalanan bisnis wisata. Kemasan dan pemanfaatan media informasi online menjadi pertimbangan para penggiat wisata saat ini. Pada jasa *tour and travel* misalnya, marketing yang dulunya mempunyai kantor khusus sekarang telah beralih sepenuhnya dalam bentuk media social dan web. Komunikasi tetap dilakukan dalam dua cara, yaitu komunikasi online dan offline.

Komunikasi offline dilakukan dengan proposal atau brosur yang berisi tujuan wisata dan berbagai tempat wisatanya serta rincian harganya. Pada jasa *tour and travel* Proposal ini dibawa langsung oleh staff marketing ke calon konsumen (kantor instansi pemerintah, swasta, atau sekolah) dan disertai penjelasan langsung serta tawar menawar harga. Sedangkan di YLT (Yogyakarta Local Tourism), terdapat kantor pemasaran yang menyediakan brosur untuk para wisatawan asing. Wisatawan biasanya datang dan mencari informasi tempat wisata tertentu selanjutnya staff marketing akan memberikan brosur yang berisi tempat wisata yang dikehendaki wisatawan. Staff marketing juga akan memberikan alternative tempat wisata lain dengan memberikan informasi yang menarik.

Setelah terjadi kesepakatan harga, staff marketing akan menyusun jadwal yang secara langsung dikomunikasikan dengan konsumen. Sehingga konsumen dapat mendapatkan gambaran yang jelas tentang

bagaimana proses perjalanan dan kegiatan yang bisa dilakukan di tempat wisata tujuan.

Dalam proses komunikasi dengan konsumen khususnya dalam proses pendampingan baik dalam perjalanan atau ditempat wisata, hospitality menjadi pegangan wajib bagi pendamping untuk bisa memberikan pelayanan yang baik. Oleh karena itu mengetahui budaya dan kondisi konsumen menjadi sangat penting.

Untuk mengetahui budaya dan kondisi konsumen, pendamping harus punya pengetahuan dasar tentang budaya konsumen, baik secara perilaku atau bahasa. Selain itu, pendamping bisa menanyakan secara langsung ke konsumen tentang apa yang mereka senangi dan yang tidak mereka senangi sehingga proses pendampingan menjadi nyaman bagi kedua belah pihak.

Selain itu, setiap tempat mitra telah menetapkan beberapa aturan yang harus dipatuhi oleh staff mereka selama menjalankan tugas. Prinsip dasar yang harus dibangun adalah ketika menjalankan tugas, waktu sepenuhnya milik konsumen. Kepentingan pribadi pendamping tidak termasuk didalamnya. Oleh karena itu, setiap kegiatan pribadi pendamping selama proses pendampingan harus melalui izin konsumen, misalnya ingin mengambil foto atau untuk ke kamar mandi.

Proses bisnis diatas akan berjalan baik jika manajemen telah tertata dan dijalankan dengan baik. Oleh karena itu setiap tempat mitra

telah memformulasikan pembagian kerja, pola komunikasi dan aturan main yang jelas bagi para staff mereka.

Selanjutnya menurut staff YLT, dengan pelayanan yang baik, wisatawan akan menjadi media promosi yang efektif karena mereka akan memberikan informasi positif kepada teman atau saudara mereka. Maka secara tidak langsung dari mulut ke mulut teman mitra akan dipromosikan. Hal ini sejalan dengan konsep word-of-mouth yang menjadi sumber informasi penting bagi wisatawan dalam memutuskan untuk menggunakan agen wisata tertentu atau tidak (Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B.: 2008)

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kebutuhan program *practicum on tourism* pada dasarnya meliputi dua aspek besar, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan bahasa dan non-bahasa. Kebutuhan ini menjadi bagian dari pengenalan sekaligus memberikan pembekalan bagi mahasiswa untuk mengikuti praktik lapangan English for Tourism.

1. Aspek bahasa

Pada aspek ini kebutuhan yang paling banyak adalah pengetahuan tentang ekspresi bahasa yang berkaitan dengan percakapan yang secara spesifik berbicara tentang topic pelayanan kepada wisatawan. Aspek ini meliputi bagaimana memberikan informasi, percakapan dalam proses pendampingan dan percakapan yang berkaitan dengan tawar menawar harga. Aspek yang dikedepankan adalah pilihan bahasa yang sopan dan informative.

2. Aspek non bahasa

Aspek ini meliputi beberapa hal antara lain marketing, hospitality, dan manajemen. Hal yang mendasar yang harus difahami dalam marketing adalah penyajian informasi dalam bentuk gambar dan tertulis yang menarik dan secara spesifik menggambarkan produk ataupun jasa wisata

yang ditawarkan. Gambar atau foto merupakan bahasa yang efektif untuk menyajikan produk, tempat ataupun jasa wisata. Sedangkan informasi tertulis hanya digunakan sebagai pelengkap.

Aspek hospitality juga tidak kalah penting, terutama pada saat pendampingan wisatawan ketika berkunjung ke tempat wisata. Disamping pengetahuan yang spesifik tentang tempat wisata, etika dan aturan dalam berkomunikasi dan bersikap juga menjadi hal yang penting untuk diperhatikan.

Sedangkan pada aspek manajemen wisata, sumber daya manusia dan alat manajemen sangat penting untuk diperhatikan. SDM yang handal dan kooperatif akan sangat berguna bagi perkembangan sebuah jasa wisata apalagi jika ditunjang dengan infrastruktur dan teknologi canggih sebagai sarana dan prasarannya.

B. Saran

Terkait dengan hasil penelitian ini, ada beberapa saran penting sebagai berikut.

1. Materi perkuliahan English for tourism harus mempertimbangkan aspek bahasa dan non-bahasa sebagai bekal bagi mahasiswa untuk dapat mencari pengalaman lebih terutama ketika praktik pada program *practicum on tourism*.
2. Perlu ada penelitian lanjut untuk mennetukan spesifikasi materi dan kegiatan perkuliahan yang relevan.

3. Perlu ada praktisi untuk memberikan pembekalan sebagai bagian dalam proses perkuliahan Tourism.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, E., & Cooper, R. L. (1986). Language and tourism. *Annals of Tourism Research*, 13(4), 533-563.
- Damanik, J., Weber, H. F. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Day, J., Krzanowski, M. 2011. *English for Specific Purposes: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press
- Eslam, Z. R. 2010. *Teachers' Voice vs Students' Voice: A Needs Analysis Approach to English for Academic Purposes (EAP) in Iran*. *English Language Teaching Journal*. March 2010. Vol 3, No 1. Hal: 3-11
- Hancock, D. R. & Algozzine, B. (2006). *Doing Case Study Research*. New York: Teachers College Press
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes: A learning-centered approach*. Cambridge: Cambridge University Press
- Kolcun, M., Kot, S., & Grabara, J. (2014). *Use of elements of semiotic language in tourism marketing*. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 15(1), 1-6.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). *Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management*. *Tourism management*, 29(3), 458-468.
- Richards, J. C. 2001. *Curriculum Development in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press
- Xie, P. F. 2004. *Tourism Field Trip: Student's View of Experiential Learning*. *Tourism Review International Journal*. Vol 8 No 2. Hal. 101-111
- Yin, R. K. (2002). *Case Study Research: Design and Methods*. California: Sage Publications

Lampiran 1. Hasil wawancara dengan pihak Dinas Pariwisata Kab. Bantul

Q: jenis pariwisata apa yang saat ini sedang dikembangkan oleh Dinas Pariwisata

A: saat ini kami sedang fokus pada pengembangan wisata alam yang ada di Mangunan. Mangunan mempunyai potensi wisata alam yang bagus, bukan hanya kebun buah tetapi juga pemandangan alam disana sangat bagus.

Q: selain itu, apa lagi potensi yang ada disana

A: Mangunan bukan hanya sebuah objek wisata, tetapi kami mengistilahkan sebagai kawasan wisata, karena di Mangunan tidak hanya mempunyai satu spot tempat wisata, tetapi banyak spot wisata yang mempunyai produk wisata yang berbeda-beda.

Q: apakah hanya di Mangunan yang mempunyai potensi wisata seperti itu

A: tentu tidak, ada beberapa daerah di Bantul yang mempunyai potensi yang sama seperti Dlingo, Siluk, Slarong dan kawasan pantai. Saat ini kami prioritaskan untuk pengembangan di daerah Mangunan

Q: apa materi penting yang Dinas prioritaskan untuk pengembangan wisata di daerah Dlingo?

A: ada beberapa, kami telah membangun fasilitas pendukung untuk wisata, akses jalan, pelatihan untuk warga untuk meningkatkan SDM dan juga mengadakan promosi yang intensif.

Q: untuk bahasa Inggris, apakah juga diperlukan untuk pengembangan wisata di Bantul?

A: sangat diperlukan, ada dua bidang yang sangat relevan dan memerlukan bahasa Inggris, yaitu bidang pemasaran dan SDM. Dalam bidang pemasaran, ada video profil, brosur dan banyak informasi yang perlu diterjemahkan dalam bahasa Inggris. Sedangkan di Bidang SDM, kami juga memerlukan pelatihan bahasa Inggris untuk penduduk dan penggiat wisata agar dapat melayani wisatawan asing yang berkunjung ke Bantul.

Q: apakah mahasiswa kami juga dapat terlibat juga dalam proses pengelolaan pariwisata.

A: sangat bisa, mahasiswa dapat terlibat langsung dalam perencanaan dan pembuatan program wisata di daerah wisata.

Rekap hasil kuesioner mahasiswa

Apa yang kamu ketahui tentang tourism

1. Tourism adalah aktivitas orang bepergian ke suatu tempat baik secara pribadi maupun menggunakan jasa biro perjalanan (zakiyah)
2. Tourism adalah sebuah persalanan untuk kepentingan kesenangan ataupun bisnis ke tempat tempat yang menarik, dengan fasilitas yang memadai dan dapat menghibur (arifah)
3. Tourism adalah tempat dimana orang dapat memperoleh kesenangan seperti tempat yang bersejarah dan lain lain sehingga orang dapat merasa bebas, bahagia, dan juga memperoleh pengetahuan (Astri)
4. Tourism adalah aktivitas untuk mendapatkan kesenangan dan mendapatkan pengetahuan tentang budaya, tempat, kebiasaan-kebiasaan, dll. (akhmad)
5. Tourism adalah semua tentang tempat yang menarik untuk dikunjungi, baik pegunjung local ataupun asing. Setiap tempat mempunyai hal yang unik seperti gedung-gedung dengan arsitektur tertentu, maknan khas, ataupun tempat peribadatan. (Aulia)
6. Tourism adalah aktifitas orang bepergian untuk mengetahui tempat-tempat yang menjadi ikon sebuah kota atau Negara. (retno)
7. Tourism adalah sebuah bisnis yang menyediakan jasa untuk orang-orang diwaktu libur mereka. Contohnya transportasi, hotel, tempat wisata, dan jasa guide. (yulianti)
8. Tourism adalah bepergian untuk tujuan bisnis dengan tempat yang menarik. (Ani Cholisah)
9. Tourism adalah aktivitas melakukan perjalanan ke tempat-tempat menarik di seluruh dunia, untuk meningkatkan kapasitas diri (tri indri)

Hasil wawancara dengan Pak Abbas

Co-Tour Leader

Tugas

1. Mengkondisikan perjalanan wisata agar sesuai dengan rencana
2. Kerja kolaboratif dengan teman, tidak boleh saling bertentangan dalam hal keputusan atas permasalahan yang muncul ketika bertugas
3. Ada salah satu yang menjadi master tour leader yang bertugas untuk mengkoordinasikan tour leader selama bertugas
4. Memiliki skill tertentu
 - a. Melawak
 - b. Bermain game
 - c. Memberikan motivasi
5. Memiliki pengetahuan kewilayahan, yaitu cerita tentang daerah-daerah yang dilalui dalam perjalanan ke tempat wisata.
6. Selalu memantau peserta wisata dalam bus, apakah ada yang sakit, mabuk, dll
7. Selalu menginformasikan dan mengkondisikan peserta ketika akan sampai ke lokasi wisata termasuk di rumah makan. 30 menit sebelumnya. Informasi mencakup, akses fasilitas di daerah itu dan berapa lama waktu yang peserta punya di setiap lokasi
8. Tour leader dilarang berbicara kasar pada peserta tour, didalam ataupun diluar Bus

Mekanisme sebelum keberangkatan

1 minggu sebelum berangkat akan diadakan general briefing

2 hari sebelum berangkat akan diadakan pengecekan dan persiapan perangkat tour leader.

Practicum of English for Tourism: the answer of the question of millennial world

Muh Saeful Effendi, M.Pd.

Khafidhoh, M.Pd.

Muh.effendi@pbi.uad.ac.id

To meet the demands of the times and needs based on local potential, the English Education Study Program of Ahmad Dahlan University (PBI UAD) added four types of practicum in its curriculum structure. The practice includes Practicum on Journalism, Practicum on Translation, Practicum on Teaching for Young Learners (TEYL), and Practicum on Tourism.

Regarding the new course, the lecturers of Practicum on Tourism will continue to innovate to create a comprehensive and friendly research concept to be followed by students, so that the objectives of the course can be achieved well. In the first year of the implementation, the main concept of this practicum is guiding, this is very interesting to explore, but some students complained that the activity was too monotonous and less challenging. The results of the evaluation conducted at the end of the lab work, then in the second year, the practice concept was changed to tourism promotion. Activities started from debriefing, distribution groups, observation, interviews, to package data into information and tourism promotions. Although the practicum participants felt that the concept was very interesting to do, there were still complaints that a comprehensive explanation at the beginning of the practicum had not been done well so that at the end of the practicum, the

output obtained was different. This shows the need to explore the needs of students for practicum concepts that are appropriate to do.

Therefore, researchers are interested in conducting research to portrait the needs of students for the next practicum period so that the right concepts can be obtained. This study not only aims to improve research reputation for researchers, but also a form of responsibility for conducting good and professional learning for students .

According to Damanik and Weber (2006: 11), tourism offers two main commodities, namely products and services. Tourism products contain all the products offered in tourism, while tourism services are more on services that can be enjoyed in tourism activities. Products and services in tourism covers many things, especially in a very dynamic era today.

Discussion

At this stage, the researcher explained the results of the needs analysis on the Tourim practicum program taken from Partners and students. After getting the data, the researcher classified the data obtained into two main needs, namely Language and Non-language needs. Language needs include expressions needed if students are oral or written bail when practicing at partner sites, while Non-language needs include marketing, management, and hospitality

1. Language Expression

Based on data obtained from the students and several partners, expressions often used in the service process of the tour are summarized in the following table.

Table 1. expression needed in Tourism Program

Ekspresi	Konteks penggunaan
Greetings dan introduction	To serve the guests at the first time meeting
Suggestions	Giving suggestion of tourism product
describing something	Describing the product of services
giving steps on how to do something	During guiding process, guide need to explain the tourism spot
expression of politeness	In asking or giving information to the guests
jokes	During on the way to the destination.
Giving opinion	In giving explanation about the tourist destination
Offering	On the trip, when offering medicine and other facilities to the guests
Giving advice	When the guests want to go shopping or visiting private places
Asking for apologize	When there is a problem
Asking permission	When we want to pray, take picture, go to restroom, etc.

Beside language expression, according to DinPar (Tourism Office) of Bantul Regency, the ability to translate Indonesian into English especially to translate material in brochures or on the web is also very important in supporting the development of tourism destination to be more widely known. The results showed that linguistic aspects in the form of oral and written expressions were very varied, but all of them were a need for communication

between service owners and consumers (visitors, tourists, etc.). From the results of the research obtained, expression can be divided into two main parts, namely pre-service and on-service.

Pre-service is a form of language expression needed during the marketing process. Orally, good language expression can attract tourists to find out more about the tourism products offered. Oral expression is needed when tourists come directly to the marketing office to find information about tourism services or products offered. The choice of words used in product delivery must consider not only sociolinguistic aspects but also aspects of sociology (Cohen, E., & Cooper, R. L. : 1986). This is because many foreign tourists visit for the first time by bringing their culture, so they need adaptation to the new environment.

Whereas in written expressions, language is used in describing tourism products specifically as outlined in brochures or web content. Specifically the language in written form must be clear with the right choice of words so that tourists easily access information about the form of tourist products, prices, and ordering mechanisms.

Besides that, photos or images that represent tourist attractions, facilities and tourism products are very important. Therefore, brochures and web content are nominated by photos and images. Photos are effective communication tools for promotion. Tourists will easily identify the atmosphere of the place, and facilities at tourist attractions. This form of communication is commonly

referred to as Touristic Language, which is the use of images or signs to describe a tourist place (Kolcun, M., Kot, S., & Grabara, J: 2014)

2. Marketing

According to DinPar Officer (Tourism Office), in managing a tourist place or area, marketing has a very important role. Marketing includes products and services. In this case, tourist must be clever in identifying the forms of tourism products that have the potential to be developed and then promoted to the public. Fihak DinPar has assisted in making materials and facilitating several tourist areas in Bantul promoting their products and services in the form of content on the web and brochures, but the two forms of promotion are still in the form of Indonesian. Whereas they hope to be helped to transfer all promotional material into English.

In addition, there are still many potentials that have not been identified in each tourist place and area that require human resources to be able to identify and package them into a publication material.

On the other hand, according to Ikhsan, the owner of "Jogjakarta Local Tourism", Marketing greatly determines how a tourist spot can be harvested by people all over the world and attracts them to visit these sights. The marketing form of Jogjakarta local tourism is a webpage

Whereas from the student practicum information, there are some important things related to marketing needs in several partner places. The marketing process in Java Tour and Travel uses websites and social media such as

Facebook, Instagram, Whatsap. In this media, information must be up-to-date and always updated information at any time so that consumers can clearly access all the information needed and contact service owners for confirmation or direct bookings.

Elsewhere in YLT (Yogyakarta Local Tourism), marketing strategies are carried out in several ways, namely by collaborating with TripAdvisor, websites and brochures. The material of the three forms of marketing is relatively the same, which is about the description of the tour package and the details of the costs needed. Brochures allow guests to choose tour packages directly, while through TripAdvisor and Website services, tourists can search information remotely while making reservations.

3. Management

Management from several on Tourism practical partners has several similarities and differences. In organizational structure, almost all owners are managers who manage and oversee the business. Whereas HR (Human Resources) in each partner place is very varied. At YLT for example, there is one manager (owner), 2 employees who maintain the office to serve guests, the process of bargaining prices, and making contracts. Then for all the resources in the field, there are some drivers and guides.

Managers at YLT are very actively involved in business processes. It is not uncommon for managers to intervene in completing work in the office, especially when there is a price bargain. For daily activities in the field, managers also often participate to coordinate tour guides before they

accompany guests to visit tourist attractions. The manager also involved several local youths to deliver tourists to various tourist attractions.

YLT has 2 workplaces namely on Jl. Prawirotaman, Yogyakarta city and Imogiri village as a Tourist Escort. The communication between the two places is very good with the support of a solid team, so that it looks neat and planned.

In contrast to YLT, Tour and Travel services have a complex management process because it involves many parties who are partners in the work process. Owners as managers coordinate all business processes, from deciding prices, initiating communication with prospective clients, tourist attractions, hotels, restaurants, and bus service owners. Managers are assisted by several marketing and tour leader employees from the beginning to the end.

In the process, managers ensure the number of groups that will take part in the tour, order the number of buses with quality according to the wishes of consumers, and determine the appropriate restaurants and hotels. Next the manager together with the team will determine the schedule from the beginning to the end of the tour.

4. Hospitality

Hospitality that must be done in tourism business processes is as follows.

- a. Timely in following a predetermined schedule.
- b. Dress neatly and politely
- c. Prioritize guests in terms of eating and resting

- d. Each team must work together
- e. Prioritizing the best service
- f. Greet guests kindly and offer tourism products clearly.
- g. Identifying visitors in their cultural aspects, so they can communicate and give good impressions.
- h. Always smile in conveying any information.
- i. Adjust the closeness with visitors, sometimes there are visitors who are not in the mood or less enthusiastic. Because of our closeness, sometimes disturbing visitors
- j. Inquire about conditions and ensure that visitors are ready to enjoy tourist attractions. And inform if there must be special preparation for certain tourist attractions
- k. Inform earlier about what will be done soon or will be encountered in the mentoring process.
- l. Ask permission from consumers when they want to take photos or just go to the bathroom.
- m. Provide appropriate information about the facilities needed by visitors in the tourist attractions, especially those related to visitors' needs such as bathrooms, photos, places to buy goods, etc.

This aspect includes marketing, hospitality, and management. Marketing is an important aspect of a travel business trip. Packaging and utilization of online information media is a consideration of current tourists. For example, in tour and travel services, marketing that used to have a special office has now shifted

entirely in the form of social media and the web. Fixed communication is carried out in two ways, namely online and offline communication.

Offline communication is done with a proposal or brochure containing tourist destinations and various tourist attractions and price details. In tour and travel services, this proposal was brought directly by marketing staff to prospective customers (government offices, private offices, or schools) and was accompanied by a direct explanation and price bargaining. While at YLT (Yogyakarta Local Tourism), there is a marketing office that provides brochures for foreign tourists. Tourists usually come and find information on certain tourist attractions then the marketing staff will provide brochures that contain tourist attractions desired by tourists. The marketing staff will also provide alternative alternative attractions by providing interesting information.

After a price agreement occurs, marketing staff will arrange a schedule that is directly communicated with consumers. So that consumers can get a clear picture of how the process of travel and activities that can be done at the destination tourist destination.

In the process of communication with consumers, especially in the process of mentoring, whether on the trip or at tourist sites, hospitality is a mandatory handle for the companion to be able to provide good service. Therefore knowing the culture and conditions of consumers is very important.

To find out the culture and conditions of consumers, the companion must have basic knowledge of consumer culture, either in a behavior or language. In addition, the companion can ask directly to consumers about what they enjoy and who they don't like so that the mentoring process is comfortable for both parties.

In addition, each partner place has set some rules that must be followed by their staff while carrying out their duties. The basic principle that must be built is when carrying out tasks, time is entirely owned by consumers. Personal companion's interests are not included. Therefore, every companion's personal activities during the mentoring process must go through consumer permission, for example, wanting to take photos or to go to the bathroom.

The above business processes will run well if management has been organized and run well. Therefore, each partner place has formulated a clear division of labor, communication patterns and rules for their staff.

Furthermore, according to YLT staff, with good service, tourists will become effective promotional media because they will provide positive information to their friends or relatives. Then indirectly word of mouth from the partner partners will be promoted. This is in line with the concept of word-of-mouth which is an important source of information for tourists in deciding whether to use certain tourism agents or not (Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. : 2008)

Conclusion

The need for practicum on tourism programs basically covers two major aspects, namely the needs relating to language and non-languages. This need is part of the

introduction as well as providing debriefing for students to participate in English for Tourism field practices.

1. Language aspects

In this aspect the most need is knowledge about language expressions related to conversations that specifically talk about service topics to tourists. This aspect includes how to provide information, conversations in the mentoring process and conversations related to price bargaining. The aspect that is put forward is the choice of language that is polite and informative.

2. Non-language aspects

This aspect includes several things including marketing, hospitality, and management. The basic thing that must be understood in marketing is the presentation of information in the form of drawings and writing that are interesting and specifically describe the tourism products or services offered. Pictures or photos are effective languages for presenting tourism products, places or services. While written information is only used as a supplement.

The aspect of hospitality is also important, especially when assisting tourists when visiting tourist attractions. Besides specific knowledge about tourist attractions, ethics and rules in communicating and behaving are also important things to consider.

While on the aspects of tourism management, human resources and management tools are very important to note. Reliable and cooperative human resources will be

very useful for the development of a tourism service especially if it is supported by advanced infrastructure and technology as its facilities and infrastructure.

References

- Cohen, E., & Cooper, R. L. (1986). Language and tourism. *Annals of Tourism Research*, 13(4), 533-563.
- Damanik, J., Weber, H. F. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Day, J., Krzanowski, M. 2011. *English for Specific Purposes: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press
- Eslam, Z. R. 2010. *Teachers' Voice vs Students' Voice: A Needs Analysis Approach to English for Academic Purposes (EAP) in Iran*. *English Language Teaching Journal*. March 2010. Vol 3, No 1. Hal: 3-11
- Hancock, D. R. & Algozzine, B. (2006). *Doing Case Study Research*. New York: Teachers College Press
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes: A learning-centered approach*. Cambridge: Cambridge University Press
- Kolcun, M., Kot, S., & Grabara, J. (2014). *Use of elements of semiotic language in tourism marketing*. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 15(1), 1-6.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). *Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management*. *Tourism management*, 29(3), 458-468.
- Richards, J. C. 2001. *Curriculum Development in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press
- Xie, P. F. 2004. *Tourism Field Trip: Student's View of Experiential Learning*. *Tourism Review International Journal*. Vol 8 No 2. Hal. 101-111
- Yin, R. K. (2002). *Case Study Research: Design and Methods*. California: Sage Publications



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

Jl. Gondosuli No. 2B Semaki Yogyakarta, Telp. 0274-542886, 0274-583515 ext. 1502, 1503 Fax. 0274-542886, Website : lppm.uad.ac.id, email : lppm@uad.ac.id

SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN PENELITIAN

Nomor: PHB-012/SP3/LPPM-UAD/VI/2018

Pada hari ini, **Sabtu** tanggal **Sembilan** bulan **Juni** tahun **Dua ribu delapan belas (07-06-2018)**, kami yang bertandatangan di bawah ini:

1. Nama : **Dr. Widodo, M.Si.**
Jabatan : Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan (LPPM UAD), selanjutnya disebut sebagai **PIHAK PERTAMA.**
2. Nama : **M. Saeful Effendi, S.Pd., M.Pd.B.I.**
Jabatan : Dosen/Peneliti pada Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris (PBI) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Ahmad Dahlan (UAD), selaku Ketua Peneliti, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA.**

Kedua belah pihak menyatakan setuju dan mufakat untuk mengadakan perjanjian pelaksanaan penelitian untuk selanjutnya disebut Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian (SP3) dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut.

JUDUL PENELITIAN

Pasal 1

- (1) **PIHAK PERTAMA** memberikan pekerjaan kepada **PIHAK KEDUA** dan **PIHAK KEDUA** menyatakan menerima pekerjaan dari **PIHAK PERTAMA** berupa kegiatan pada skim Penelitian Hibah Bersaing (PHB).
- (2) Judul penelitian sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) di atas adalah: "**ANALISIS KEBUTUHAN MAHASISWA PADA MATA KULIAH PRACTICUM ON TOURISM.**"

PERSONALIA PELAKSANA PENELITIAN

Pasal 2

Pelaksana kegiatan ini terdiri dari:

- Ketua Peneliti : M. Saeful Effendi, S.Pd., M.Pd.B.I.
Pembimbing/Konsultan : -
Anggota Peneliti 1 : Khafidhoh, M.Pd.
Anggota Peneliti 2 :

BENTUK DAN JANGKA WAKTU PERJANJIAN

Pasal 3

PIHAK KEDUA melaksanakan penelitian dalam jangka waktu paling lama **6 (enam) bulan** sejak ditandatangani SP3 ini, dan menyerahkan hasil laporan penelitian sementara kepada **PIHAK PERTAMA** selambat-lambatnya pada **09 Desember 2018.**

LUARAN/OUTPUT PENELITIAN

Pasal 4

PIHAK KEDUA berkewajiban untuk merealisasikan luaran/output penelitian seperti yang dijanjikan dalam proposal penelitian di luar Laporan Hasil Penelitian.



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

Jl. Gondokusuri No. 2B Semaki Yogyakarta, Telp. 0274-542886, 0274-583115 ext. 1502, 1503 Fax. 0274-542886, Website : lppm.uad.ac.id, email : lppm@uad.ac.id

BIAYA PENELITIAN DAN CARA PEMBAYARAN

Pasal 5

PIHAK PERTAMA menyediakan dana pelaksanaan penelitian kepada PIHAK KEDUA sejumlah **Rp 9.000.000,00 (Sembilan juta rupiah)** yang dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja (APB) LPPM UAD Tahun Akademik 2017/2018 dibayarkan melalui rekening bank atas nama Ketua Peneliti oleh Bidang Finansial UAD dengan tahapan sebagai berikut.

- (a) **Tahap I sebesar 70% x Rp 9.000.000,00 = Rp 6.300.000,00 (Enam juta tiga ratus ribu rupiah)** yang akan dibayarkan selambat-lambatnya dua minggu setelah SP3 ini ditandatangani oleh PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA melalui Bidang Finansial UAD.
- (b) **Tahap II sebesar 30% x Rp 9.000.000,00 = Rp 2.700.000,00 (Dua juta tujuh ratus ribu rupiah)** yang akan dibayarkan setelah PIHAK KEDUA menyelesaikan seluruh kewajibannya dalam jangka waktu seperti yang dimaksud dalam Pasal 3.

JENIS LAPORAN PENELITIAN

Pasal 6

- (1) PIHAK KEDUA wajib menyusun dan menyampaikan laporan penelitian baik secara *on line* melalui portal UAD maupun *hardcopy* kepada PIHAK PERTAMA yang terdiri atas:
 - a. Laporan Kemajuan
 - b. Laporan Penelitian Sementara
 - b. Laporan Akhir Penelitian
- (2) Berkas **Laporan Kemajuan** digunakan sebagai bahan monitoring dan evaluasi (monev) internal.
- (3) Berkas **Laporan Penelitian Sementara** digunakan sebagai bahan kolokium.
- (4) Berkas **Laporan Akhir Penelitian** merupakan revisi dari Laporan Penelitian Sementara yang telah dikolokiumkan.

MONITORING DAN EVALUASI

Pasal 7

- (1) PIHAK PERTAMA berhak untuk melakukan monitoring dan evaluasi (monev) internal pelaksanaan penelitian, baik secara administrasi maupun substansi.
- (2) Pemantauan kemajuan penelitian dilakukan oleh Tim Monitoring yang dibentuk oleh PIHAK PERTAMA.
- (3) PIHAK KEDUA diharuskan **MENYIAPKAN SEMUA DOKUMEN/BUKTI** kemajuan pelaksanaan penelitiannya guna kepentingan monitoring.
- (4) Waktu pelaksanaan Monev akan ditentukan oleh PIHAK PERTAMA.

KOLOKSIUM HASIL PENELITIAN

Pasal 8

- (1) PIHAK KEDUA wajib menyerahkan **Laporan Penelitian Sementara** sebagai bahan kolokium selambat-lambatnya **09 Desember 2018**.
- (2) Ketua Peneliti wajib hadir dan mempresentasikan hasil penelitiannya pada kolokium **Laporan Penelitian Sementara** yang pelaksanaannya akan diatur oleh PIHAK PERTAMA.
- (3) Revisi laporan penelitian yang sudah dikolokiumkan harus mendapatkan pengesahan dari *reviewer* dalam bentuk **Surat Pernyataan** dan dijilid dalam satu kesatuan laporan penelitian.



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

Jl. Gondosuli No. 2B Semaki Yogyakarta, Telp. 0274-542886, 0274-583515 ext. 1502, 1503 Fax. 0274-542886, Website : lppm.uad.ac.id, email : lppm@uad.ac.id

LAPORAN AKHIR PENELITIAN

Pasal 9

- (1) PIHAK KEDUA wajib menyerahkan **Laporan Akhir Penelitian** selambat-lambatnya **2 (dua) pekan** setelah dikolokumkan.
- (2) Sistematika dan format laporan penelitian mengacu pada ketentuan dalam Pedoman Penelitian yang dikeluarkan oleh LPPM dan ketentuan lain yang berlaku.
- (3) Berkas Laporan Akhir Penelitian yang diserahkan kepada PIHAK PERTAMA harus dilampiri:
 - (a) artikel/draft publikasi ilmiah;
 - (b) naskah/draft seminar (prosiding) dan sertifikat seminar (jika sudah ada);
 - (c) lampiran lain yang dianggap perlu (angket atau lainnya);
 - (d) daftar hadir kolokium laporan penelitian; dan
 - (e) produk penelitian (naskah buku ajar, modul, naskah akademik, dan sejenisnya) atau dokumentasi/fotonya jika produk penelitian berupa barang atau perangkat keras (*hardware*) yang disertai penjelasan ringkas alat dan petunjuk pemakaiannya.Komponen (a), (b), (c), dan (d) dijilid dalam satu kesatuan sebagai berkas laporan akhir penelitian sesuai dengan ketentuan dalam buku pedoman penelitian atau ketentuan khusus lainnya.
Komponen (e) dijilid terpisah dari berkas laporan akhir penelitian, kecuali dokumentasi/foto produk penelitian.
- (4) Laporan Akhir Penelitian sebagaimana tersebut pada ayat (1), (2), dan (3) memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 - a. Bentuk/ukuran kertas A4;
 - b. Warna cover sesuai ketentuan;
 - c. Di bawah bagian cover ditulis:

**PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA
ANGGARAN DAN PENDAPATAN DAN BELANJA UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
TAHUN AKADEMIK 2017/2018
NOMOR KONTRAK: PHB-012/SP3/LPPM-UAD/VI/2018**

- (5) Berkas Laporan Akhir Penelitian sebagaimana tersebut dalam ayat (1) diserahkan kepada PIHAK PERTAMA sebagai berikut:
 - 1 eksemplar **ASLI** untuk PIHAK PERTAMA;
 - 1 eksemplar untuk PIHAK KEDUA;
 - 1 eksemplar untuk arsip Program Studi;
- (6) PIHAK KEDUA wajib mengunggah file laporan akhir penelitian secara lengkap pada alamat <http://www.simpel.uad.ac.id> melalui akun portal ketua peneliti dengan format file PDF.

KEWAJIBAN UNGGAH PROPOSAL PADA PORTAL UAD

Pasal 10

- (1) PIHAK KEDUA wajib mengunggah berkas Laporan Akhir Penelitian pada **PORTAL UAD** melalui akun portal masing-masing peneliti.
- (2) Berkas Laporan Akhir Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang terdiri dari:
 - i. Abstrak (PDF).
 - ii. Laporan Akhir Final (PDF).
 - iii. Luaran/*out put* penelitian yang berupa: naskah publikasi jurnal; prosiding seminar; HKI; dan atau luaran lainnya (PDF).



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

Jl. Gondosuli No. 2B Semaki Yogyakarta, Telp. 0274-542886, 0274-583515 ext. 1502, 1503 Fax. 0274-542886, Website : lppm.uad.ac.id, email : lppm@uad.ac.id

SANKSI DAN PEMUTUSAN PERJANJIAN PENELITIAN

Pasal 11

- (1) PIHAK KEDUA bertanggungjawab menyelesaikan seluruh kegiatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 dan Pasal 3
- (2) PIHAK PERTAMA berhak memberikan peringatan dan atau teguran atas kelalaian dan atau pelanggaran yang dilakukan oleh PIHAK KEDUA yang mengakibatkan tidak dapat terpenuhinya kontrak penelitian ini.
- (3) PIHAK PERTAMA berhak melakukan pemutusan perjanjian penelitian, jika PIHAK KEDUA tidak mengindahkan peringatan yang diberikan oleh PIHAK PERTAMA.
- (3) Segala kerugian material maupun finansial yang disebabkan akibat kelalaian PIHAK KEDUA, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab PIHAK KEDUA.
- (4) Jenis sanksi yang diberikan dapat berupa:
 - (a) tidak diperkenankannya mengajukan proposal penelitian pada tahun anggaran berikutnya sampai kewajibannya terselesaikan; dan atau
 - (b) tidak dapat mencairkan dana tahap 2; dan atau
 - (c) mengembalikan dana yang telah diterima oleh PIHAK KEDUA.

KEADAAN MEMAKSA (*FORCE MAJEUR*)

Pasal 12

Ketentuan dalam Pasal 10 tersebut di atas tidak berlaku dalam keadaan sebagai berikut:

- a. Keadaan Memaksa (*force majeure*)
- b. PIHAK PERTAMA menyetujui atas terjadinya keterlambatan yang didasarkan pada pemberitahuan sebelumnya oleh PIHAK KEDUA kepada PIHAK PERTAMA dengan **surat pemberitahuan** mengenai kemungkinan terjadinya keterlambatan dalam penyelesaian kegiatan penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 dan Pasal 3; dan sebaliknya PIHAK KEDUA menyetujui terjadinya keterlambatan pembayaran sebagai akibat keterlambatan dalam penyelesaian perjanjian penelitian.

Pasal 13

- (1) Keadaan Memaksa (*force majeure*) sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1) adalah peristiwa-peristiwa yang secara langsung mempengaruhi pelaksanaan perjanjian serta terjadi di luar kekuasaan dan kemampuan PIHAK KEDUA ataupun PIHAK PERTAMA.
- (2) Peristiwa yang tergolong dalam keadaan memaksa (*force majeure*) antara lain berupa bencana alam, pemogokan, wabah penyakit, huru-hara, pemberontakan, perang, waktu kerja diperpendek oleh pemerintah, kebakaran dan atau peraturan pemerintah mengenai keadaan bahaya serta hal-hal lainnya yang dipersamakan dengan itu, sehingga PIHAK KEDUA ataupun PIHAK PERTAMA terpaksa tidak dapat memenuhi kewajibannya.
- (3) Peristiwa sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tersebut di atas, wajib dibenarkan oleh penguasa setempat dan diberitahukan dengan Surat oleh PIHAK KEDUA atau PIHAK PERTAMA kepada PIHAK PERTAMA atau PIHAK KEDUA selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari sejak terjadinya peristiwa yang dikategorikan sebagai Keadaan Memaksa (*force majeure*).
- (4) PIHAK PERTAMA memberikan kesempatan kepada PIHAK KEDUA untuk menyelesaikan perjanjian kontrak ini sampai pada batas waktu yang disepakati oleh kedua belah pihak jika keadaan *force majeure* dinyatakan telah selesai.



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

Jl. Gondosuli No. 28 Semaki Yogyakarta, Telp. 0274-542886, 0274-583515 ext. 1502, 1503 Fax. 0274-542886, Website : lppm.uad.ac.id, email : lppm@uad.ac.id

PENYELESAIAN PERSELISIHAN

Pasal 14

- (1) Apabila dalam pelaksanaan perjanjian dan segala akibatnya timbul perbedaan pendapat atau perselisihan, PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA setuju untuk menyelesaikannya secara musyawarah untuk mencapai mufakat.
- (2) Apabila penyelesaian sebagaimana termaksud dalam ayat (1) di atas tidak tercapai, maka PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA sepakat menyerahkan perselisihan tersebut melalui mediasi dengan Rektor sebagai atasan langsung dari PIHAK PERTAMA yang putusannya bersifat final dan mengikat.

PENGUNDURAN DIRI

Pasal 15

- (1) Apabila PIHAK KEDUA mengundurkan diri atau membatalkan SP3 ini, maka PIHAK KEDUA wajib mengajukan Surat Pengunduran Diri yang ditujukan kepada PIHAK PERTAMA.
- (2) Surat Pengunduran Diri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disahkan oleh Dekan fakultas ketua peneliti yang bersangkutan; dan bagi peneliti skim PDP ditambah persetujuan Dosen Pembimbing.
- (3) PIHAK KEDUA wajib mengembalikan dana yang telah diterima kepada PIHAK PERTAMA

LAIN-LAIN

Pasal 16

- (1) Hal-hal yang dianggap belum cukup dan perubahan-perubahan perjanjian akan diatur kemudian atas dasar permufakatan kedua belah pihak yang akan dituangkan dalam bentuk Surat atau Perjanjian Tambahan (*addendum*), yang merupakan kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari perjanjian awal.
- (2) Pemberitahuan dan/atau surat menyurat dari PIHAK KEDUA kepada PIHAK PERTAMA dialamatkan kepada Kepala Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas Ahmad Dahlan.

Pasal 17

Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian (SP3) ini berlaku sejak ditandatangani dan disetujui oleh kedua belah pihak.

Pasal 18

Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian (SP3) ini dibuat rangkap 2 (dua); bermeterai cukup pada kedua belah pihak; dan masing-masing memiliki kekuatan hukum yang sama. Biaya meterai dibebankan kepada PIHAK KEDUA.

PIHAK PERTAMA,



Dr. Widodo, M.Si.

NIP: 19600221198709101

PIHAK KE DUA,

M. Saeful Effendi, S.Pd., M.Pd.B.I.

NIP/NIY. 60150780

**BORANG CAPAIAN LUARAN PENELITIAN
SUMBERDANA UAD TAHUN AKADEMIK 2017/2018
SKEMA PHB**

I. IDENTITAS PENELITIAN

Judul penelitian : Analisis Kebutuhan pada Mata Kuliah *Practicum on Tourism*
 Ketua Peneliti : Muh Saeful Effendi, M.Pd.B.I.
 NIDN / e-mail : 0512118101/ muh.effendi@pbi.uad.ac.id
 Prodi/Fakultas : PBI/ FKIP
 Anggota Peneliti 1 : Muh Saeful Effendi, M.Pd.
 Anggota Peneliti 2 : Khafidhoh, M. Pd.
 Jenis/Tahap Penelitian : 1. Dasar 2. Terapan 3. Pengembangan
 TKT/TRL : 1 / 2 / 3 4 / 5 / 6 7 / 8 / 9

II. CAPAIAN LUARAN PENELITIAN

A. PUBLIKASI ILMIAH

	Keterangan
ARTIKEL JURNAL KE-1*¹	
Nama jurnal yang dituju	ADJES
Level jurnal	Nasional
Status	Terakreditasi
<i>Impact factor</i> untuk jurnal	
Judul artikel	Practicum of English for Tourism: the answer of the question of millennial world
Status naskah	Draft
Alamat URL artikel	
ARTIKEL JURNAL KE-2, dst.	

*¹ Jika masih ada artikel ke-2 dan seterusnya, mohon dituliskan pada lembar tambahan

Yogyakarta, 10 Januari 2018
Ketua Peneliti,

Muh Saeful Effendi, M.Pd.

ANALISIS KEBUTUHAN PADA MATA KULIAH *PRACTICUM ON TOURISM*



Peneliti



Ringkasan Eksekutif

..... Diisi dengan Ringkasan Eksekutif

NAMA PENELITI 1

Jurusan/Fakultas
Nama Perguruan Tinggi
alamat email penulis 1

Muh Saeful Effendi, M.Pd.B.I.

PBI/FKIP
Universitas Ahmad Dahlan
Muh.effendi@pbi.uad.ac.id

NAMA PENELITI 2

Jurusan/Fakultas
Nama Perguruan Tinggi
alamat email penulis 2

Khafidhoh, M.Pd.

PBI.FKIP
Universitas Ahmad Dahlan
khafidhoh@pbi.uad.ac.id



HKI dan Publikasi

1. Draf publikasi untuk Jurnal ADJES



Latar Belakang

Untuk memenuhi tuntutan jaman serta kebutuhan berdasarkan potensi lokal, Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Ahmad Dahlan (prodi PBI UAD) menambahkan empat jenis praktikum dalam struktur kurikulumnya. Praktikum tersebut meliputi *Practicum on Journalism*, *Practicum on Translation*, *Practicum on Teaching English for Young Learners (TEYL)*, dan *Practicum on Tourism*.

Terkait mata kuliah baru tersebut, tentu para dosen pengampu *Practicum on Tourism* masih terus berinovasi untuk membuat konsep penelitian yang komprehensif dan *friendly* untuk diikuti oleh para mahasiswa, sehingga tujuan dari mata kuliah tersebut dapat dicapai dengan baik. Pada tahun pertama, konsep yang diusung ialah *Guiding*. Sebenarnya hal tersebut sangat menarik untuk dieksplor, namun sebagian mahasiswa mengeluh bahwa kegiatan tersebut terlalu monoton dan kurang menantang. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan di akhir praktikum, maka pada tahun kedua, konsep praktikum diubah menjadi promosi pariwisata.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk memotret kebutuhan mahasiswa untuk periode praktikum berikutnya sehingga konsep yang tepat dapat diperoleh. Penelitian ini bukan saja bertujuan untuk meningkatkan reputasi penelitian bagi peneliti, namun juga wujud tanggungjawab untuk menyelenggarakan pembelajaran yang baik dan profesional bagi para mahasiswa.

Hasil dan Manfaat

Secara teoretis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih tentang kebutuhan mahasiswa dalam mata kuliah *Practicum on Tourism*. Selanjutnya, secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan berbagai manfaat baik bagi peneliti, dosen mata kuliah yang bersangkutan, mahasiswa, dan peneliti lain. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman yang lebih dalam memotret kebutuhan mahasiswa dalam perkuliahan. Selanjutnya, bagi dosen pengampu mata kuliah *Practicum on Tourism*, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memformulasikan konsep pembelajaran yang tepat. Kemudian, bagi mahasiswa *Practicum on Tourism*, hasil penelitian ini diharapkan mampu mewadahi aspirasi mereka agar dapat memperoleh pembelajaran yang sesuai. Terakhir, bagi peneliti lain, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam melakukan penelitian lain yang relevan.



Metode

Karena tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui kebutuhan mahasiswa dalam pembelajaran pada mata kuliah *Practicum on Tourism*, maka penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari sampai Desember 2018 di prodi PBI UAD. Subyek dalam penelitian ini ialah Kaprodi, dosen pengampu mata kuliah *Practicum on Tourism* dan, mitra praktikum, dan mahasiswa prodi PBI UAD semester 7 yang mengambil mata kuliah *Practicum on Tourism*. Prosedur penelitian ini mengadaptasi model penelitian deskriptif kualitatif yang dikemukakan oleh Hancock dan Algozzine (2006: 15)

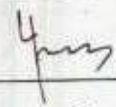

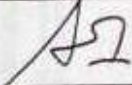
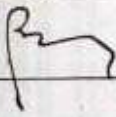


DAFTAR HADIR

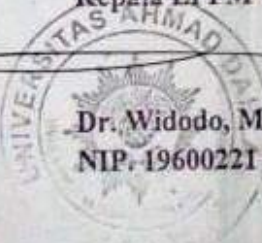
KOLOKIU LAPORAN PENELITIAN INTERNAL DANA UAD TAHAP 2

2017/2018

Hari, Tanggal : Kamis 10 Januari 2018
Pukul : 12.55
Tempat : Kampus Pasca PBI

No.	Nama	Tanda Tangan
1	Umi Rokhyah	
2	Soviyah	
3	Khafidhoh	
4	Bambang W. Pratho	
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Kepala LPPM UAD


Dr. Widodo, M.Si
NIP. 19600221 198709 1 001