

Internasionalisasi dan Digitalisasi Branding Ecovillage Malagufuk Berbasis Sustainable Tourism

Agus Setiawan¹, Endra Putra Raharja², Jusmin³, Mersi Axelina⁴

¹Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

²Pendidikan IPA, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

³Ilmu Pemerintahan, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

⁴PGPAUD, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

E-mail: setiawan.agus513@gmail.com; endra@unimudasorong.ac.id;
jusmin@unimudasorong.ac.id; [mersiasselina91@gmail.com](mailto:mersiaxelina91@gmail.com)

Abstrak

Kampung Malagufuk telah dikenal dengan potensi sebagai kampung ekowisata birdwatching yang berbasis konservasi pada hutan alam. Melalui potensi ekowisata yang dimiliki, Kampung Malagufuk lebih banyak dikunjungi wisatawan asing. Meskipun grafik menunjukkan peningkatan, tetapi peneliti menemukan berbagai hambatan berdasarkan observasi di lapangan, salah satu masalah yang dialami oleh pemandu wisata lokal yang berasal dari Kampung Malagufuk adalah kemampuan bahasa Inggris yang rendah dimana, Kurangnya kemampuan berbahasa Inggris ini telah membatasi kemampuan pemandu wisata untuk memberikan informasi, menjelaskan keunikan dan potensi ekowisata Kampung Malagufuk, serta memfasilitasi interaksi yang lancar antara wisatawan dan penduduk lokal. Tujuan kegiatan ini yaitu meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat melalui pemberdayaan di bidang pariwisata. Metode dalam kegiatan ini terdiri dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Hasil dalam kegiatan ini adalah pemandu wisata memiliki kelemahan berbahasa Inggris yang baik, kemudian belum adanya optimalisasi digital branding. Semua hambatan yang ditemukan dapat teratasi dengan solusi yang ditawarkan. Semua masyarakat Kampung Malagufuk secara khusus pengurus dan pemandu wisata mampu berbahasa Inggris yang baik serta mampu melakukan pemasaran digital dengan efektif.

Kata Kunci: Digital Branding Ecovillage; Kampung Wisata; Ekowisata Birdwatching

Abstract

Malagufuk Village is known for its potential as a conservation-based birdwatching ecotourism village in natural forests. Through its ecotourism potential, Malagufuk Village is increasingly visited by foreign tourists. Even though the graph shows an increase, researchers found various obstacles based on observations in the field. One of the problems experienced by local tour guides from Malagufuk Village is their low English language skills. This lack of English language skills has limited the ability of tour guides to provide information, tour guide, explaining the uniqueness and ecotourism potential of Malagufuk Village, as well as facilitating smooth interaction between tourists and local residents. The aim of this activity is to improve community welfare and independence through empowerment in the tourism sector. The methods in this activity consist of socialization, training, application of technology, mentoring and evaluation, as well as a desire program. The result of this activity is that the tour guide has weaknesses in speaking good English, then there is no optimization of digital branding. All obstacles found can be overcome with the solutions offered. All the people of Malagufuk Village, especially the administrators and tour guides, can speak English well and are able to carry out digital marketing effectively.

Keywords: Digital Branding Ecovillage; Tourist Village; Birdwatching Tourism

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan beragam jenis kegiatan wisata dan didukung

berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, maupun pemerintah

(Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan, 2009). Selain itu pariwisata juga merupakan perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan hiburan (Prayogo & Febrianita, 2018).

Provinsi Papua Barat Daya merupakan salah satu daerah yang memiliki beragam wisata, selain Raja Ampat yang sudah *Go International* masih banyak potensi pariwisata yang menjanjikan. Kampung Malagufuk merupakan salah satu tempat yang menjadi potensi besar, secara administratif Kampung Malagufuk terletak di Kecamatan Makbon, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya. Luas Kampung ini mencapai 2.393,43 hektare, terdiri dari 796,5 hektare lahan *agroforest*, 57,75 hektare lahan pertanian intensif, 1.492 hektare lahan lindung, dan 47,18 hektare lahan pemukiman (Putro et al., 2022).

Kampung Malagufuk berjarak sekitar 57,8 km dari pusat Kota Sorong melalui perjalanan darat. Jumlah penduduk di Kampung ini adalah 72 jiwa dengan mayoritas berasal dari suku Moi, dengan mata pencaharian

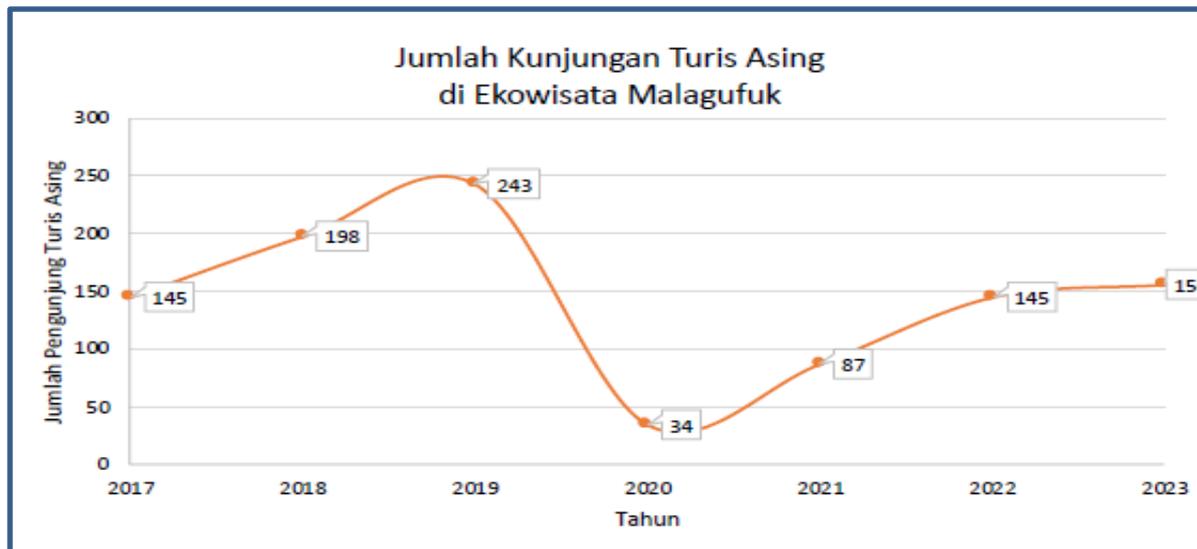
sebagian besar sebagai petani, pemandu wisata, dan nelayan. Kampung Malagufuk telah dikenal dengan potensi sebagai kampung ekowisata *birdwatching* yang berbasis konservasi pada hutan alam Klasouw (Pattiwael, 2019).

Kampung Malagufuk menawarkan keindahan alam seperti melihat spesies Burung Cenderawasih yang sangat langka yaitu Cenderawasih Mati Kawat (*Seleucidis melanoleucus*), Cenderawasih Kuning Kecil (*Paradisaea minor*), Cenderawasih Raja (*Cicinnurus regius*), Cenderawasih Toowa Cemerlang (*Ptiloris magnificus*) (Pattiwael & Hetharia, 2023). Selain itu, di Kampung ini juga terdapat pemandangan satwa burung Kasuari (*Casauarius*) dan Kakatua Raja (*Probosciger Aterrimus*) yang terbang secara bebas (Pattiwael & Hetharia, 2023). Potensi wisata Kampung Malagufuk juga didukung dengan 3 *homestay* dan akses jembatan kayu sepanjang 3,305 km yang dinobatkan sebagai jembatan kayu terpanjang di Indonesia oleh Museum Rekor Indonesia (MURI) pada tahun 2021 (MURI, 2021).

Melalui potensi ekowisata yang dimiliki, Kampung Malagufuk lebih

banyak dikunjungi wisatawan asing daripada wisatawan lokal, seperti dari Belanda, Inggris, India, Jepang, Korea, Jerman, Brazil, dan Italia.

A1 (Beginner). Kurangnya kemampuan berbahasa Inggris ini telah membatasi kemampuan pemandu wisata untuk memberikan informasi, menjelaskan



Gambar 1: Grafik jumlah kunjungan turis asing di Kampung Malagufuk (sumber: Administrasi Kampung Malagufuk, 2024).

Sesuai grafik di atas, meskipun kunjungan turis fluktuatif setiap tahun, namun menunjukkan peningkatan di tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa Kampung Malagufuk memiliki daya tarik yang cukup tinggi bagi wisatawan. Meskipun grafik menunjukkan peningkatan, tetapi peneliti menemukan berbagai hambatan berdasarkan observasi di lapangan, salah satu masalah yang dialami oleh pemandu wisata lokal yang berasal dari Kampung Malagufuk adalah kemampuan bahasa Inggris yang rendah dimana, jika di representasikan kemampuan bahasa Inggris masyarakat berada pada level

keunikan dan potensi ekowisata Kampung Malagufuk, serta memfasilitasi interaksi yang lancar antara wisatawan dan penduduk lokal.

Terdapat penelitian yang mengatakan bahwa kemampuan berbahasa Inggris jika dilatih terus menerus akan memberikan pengaruh yang positif terhadap keterampilan berbahasa Inggris pada desa wisata (Yuliawati et al., 2023). Menurut Rahadi et al., (2021), dalam proses pengembangan sebuah desa wisata, salah satu kebutuhan penting yang perlu mendapat perhatian adalah kemampuan berbahasa asing, khususnya Bahasa Inggris sebagai

bahasa internasional. Sesuai penelitian tersebut peneliti merasa penting untuk melatih masyarakat Kampung Malagufuk sehingga dapat berkontribusi positif dalam melayani wisatawan asing.

Hal tersebut juga dapat mempengaruhi pengalaman wisatawan dan meningkatkan kualitas layanan wisata yang ditawarkan oleh Kampung Malagufuk, serta berpotensi meningkatkan daya tarik dan pendapatan ekonomi dari sektor pariwisata di Kampung Malagufuk. Selain itu, Kampung Malagufuk tidak hanya menawarkan keindahan alam yang menakjubkan tetapi juga menjadi tempat pelestarian keanekaragaman hayati dan budaya lokal. Namun, meskipun memiliki potensi besar, adapun tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana mengangkat profil *Ecovillage* Malagufuk ke tingkat internasional melalui strategi branding yang efektif. Kampung Wisata Malagufuk juga belum memiliki branding *visual identity* yang kuat sehingga menjadi ciri khas dari Desa Wisata Malagufuk, seperti logo, tagline, warna, dan sebagainya. Selain itu, Kampung Wisata Malagufuk juga belum memiliki akun informasi

resmi sebagai media pemasaran digital seperti website dan media sosial.

Terdapat penelitian yang mengatakan bahwa media sosial berpengaruh secara simultan terhadap kunjungan desa wisata (Putri, 2022). Adapun penelitian lain yang mengatakan bahwa ada hubungan antara pengembangan website desa terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan masyarakat setempat dari sektor pariwisata (Yuliansa et al., 2023). Selain media sosial dan website, logo memiliki peranan penting dalam sebuah *brand*. Logo merupakan identitas visual sebuah merek yang dapat menjadi pembeda serta ciri khas sehingga akan tertanam dalam benak seseorang yang melihatnya (Hadapingrani, 2021). Kemudian untuk memberikan *visual identity* bisa menerapkan konsep perancangan *destination branding* desa wisata, menurut Wijaya et al., (2016), salah satunya adalah membuat *visual branding* desa wisata yakni dengan meninjau *positioning* dari desa wisata tersebut, dalam hal ini *positioning* kampung malagufuk adalah ekowisata *birdwatching*.

Berdasarkan uraian di atas, tim Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat

bersama Pemerintah Kampung Malagufuk sepakat menyusun program Internasionalisasi dan Digitalisasi *Branding Ecovillage* Malagufuk Berbasis *Sustainable Tourism* (pariwisata berkelanjutan). Program ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan bahasa Inggris masyarakat lokal sekurang-kurangnya pada level B2 (*Upper-Intermediate*), khususnya pemandu wisata, agar dapat berkomunikasi dengan lebih efektif dengan wisatawan asing. Kemudian masyarakat lokal dapat mengembangkan *brand* serta visibilitas desa melalui dunia digital sehingga meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan.

METODE

Metode dalam kegiatan ini terdiri dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Kegiatan ini dilaksanakan di Kampung Malagufuk diawali dengan *focus group discussion* (FGD) yang melibatkan pengurus Kampung Malagufuk. Kemudian dilanjutkan dengan membentuk forum koordinasi dan komunikasi kampung untuk memastikan semua pemangku kepentingan terlibat dalam implementasi program. Setelah itu

proses sosialisasi dilakukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait tujuan, manfaat, dan cara berpartisipasi. Kemudian dilakukan pelatihan Bahasa Inggris kepada pemandu wisata lokal untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris. Kegiatan penerapan teknologi diawali dengan pembuatan website dan media sosial, serta pelaksanaan digital marketing dan dilanjutkan proses monitoring serta evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan sosialisasi program kepada masyarakat Kampung Malagufuk berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Sosialisasi program yang dilaksanakan di Kampung Malagufuk, mencakup tujuan, manfaat, serta cara partisipasi bagi seluruh warga. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk pertemuan terbuka di balai kampung, yang dihadiri oleh sebagian warga, termasuk perangkat desa, tokoh masyarakat, serta kelompok-kelompok lain yang mewakili berbagai kalangan. Dalam sosialisasi ini, tim penyelenggara memaparkan tujuan utama program, yaitu meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat melalui pemberdayaan di bidang pariwisata.

Masyarakat juga mendapatkan penjelasan mengenai manfaat program, termasuk peningkatan akses terhadap sumber daya dan pelatihan keterampilan baru yang dapat menunjang usaha lokal, serta manfaat jangka panjang dalam pengembangan potensi kampung. Tak hanya itu, warga diundang untuk aktif berpartisipasi, baik sebagai penerima manfaat langsung maupun sebagai mitra dalam implementasi program. Langkah-langkah partisipasi dijelaskan secara rinci, mulai dari pendaftaran hingga mekanisme pemantauan dan evaluasi.

Tanggapan dari masyarakat sangat positif, dengan banyak warga yang menunjukkan antusiasme untuk terlibat dalam program. Beberapa warga mengajukan pertanyaan terkait pelaksanaan dan waktu yang dibutuhkan, serta bagaimana kontribusi mereka akan diakomodasi. Tim sosialisasi juga menjawab berbagai pertanyaan dan masukan dengan jelas, sehingga masyarakat merasa lebih yakin dan termotivasi untuk ikut berpartisipasi. Secara keseluruhan, sosialisasi ini berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai program tersebut, sekaligus membuka ruang dialog antara penyelenggara dan

masyarakat lokal. Tim akan melanjutkan dengan tahap implementasi berdasarkan partisipasi dan dukungan yang telah terkumpul dari masyarakat Kampung Malagufuk. Kesadaran tumbuh karena adanya pengetahuan, menurut Kendarti (2009) pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam pembentukan tindakan seseorang. Dari hasil kegiatan ini terbukti bahwa masyarakat Kampung Malagufuk merasa termotivasi karena telah memahami kebermanfaatannya dari program yang dijalankan.

Fokus dari program ini adalah pelatihan bahasa Inggris dan pelatihan pemasaran digital untuk pemandu wisata lokal di Kampung Malagufuk. Program ini diharapkan dapat memperkenalkan Kampung Malagufuk sebagai destinasi ekowisata yang menarik secara internasional melalui digitalisasi branding dan promosi pariwisata yang efektif. Sehingga program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi masyarakat lokal, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan pendapatan ekonomi dari sektor pariwisata di Kampung Malagufuk.

Pelatihan Bahasa Inggris Dasar untuk Menerima Wisatawan Asing

Peserta yang mengikuti pelatihan ini memperoleh keterampilan dasar berbahasa Inggris yang diperlukan untuk berkomunikasi dengan wisatawan asing. Materi yang diajarkan mencakup frasa-frasa umum yang sering digunakan dalam pelayanan wisata, tata bahasa dasar, serta teknik percakapan sehari-hari. Hasilnya, peserta menjadi lebih percaya diri dalam menyambut dan melayani wisatawan internasional, yang diharapkan akan meningkatkan kepuasan pengunjung dan memperluas peluang dalam sektor pariwisata lokal.

Sesuai hasil yang didapatkan kemampuan Bahasa Inggris yang rendah pada pemandu wisata lokal menciptakan beberapa hambatan dalam interaksi dengan wisatawan asing. Keterbatasan ini dapat menghambat kemampuan pemandu wisata untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan memahami pertanyaan serta kebutuhan wisatawan dengan baik. Dalam proses pengembangan sebuah desa wisata, salah satu kebutuhan penting yang perlu mendapat perhatian adalah kemampuan berbahasa asing, khususnya Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional (Rahadi et al.,

2021). Dewi et al., (2019), berpendapat bahwa Bahasa Inggris sebagai Bahasa internasional mutlak dibutuhkan bagi pemandu wisata atau seseorang yang tinggal di desa wisata agar wisatawan yang berkunjung dapat memahami daya tarik wisata yang ditawarkan oleh tempat tersebut. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kemampuan Bahasa Inggris yang baik dapat menjadi tonggak penting dalam pelayanan sektor pariwisata sebuah daerah, secara khusus Kampung Malagufuk.

Selain itu, masalah yang dihadapi adalah stagnasi jumlah pengunjung wisatawan asing di Kampung Malagufuk dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan karena belum adanya *branding* berupa *visual identity* yang khas dari Kampung Malagufuk seperti logo yang dapat membedakan dan mempromosikan destinasi wisata secara efektif. Logo memiliki peranan penting dalam sebuah brand. Logo merupakan identitas visual sebuah merek yang dapat menjadi pembeda serta ciri khas sehingga akan tertanam dalam benak seseorang yang melihatnya (Hadapiningrani, 2021). Menurut Milton Glaser dalam Oscario (2013), logo adalah pintu masuk yang mencerminkan sebuah brand. Sesuai

uraian tersebut dapat menjadi bukti bahwa logo mempunyai peranan penting dalam sebuah bidang usaha, termasuk didalamnya kampung wisata.

Selain itu, belum adanya situs resmi wisata seperti website dan media sosial yang dimiliki oleh Kampung Malagufuk, menghambat upaya promosi dan informasi kepada calon pengunjung. Terdapat penelitian yang mengatakan bahwa media sosial berpengaruh secara simultan terhadap kunjungan desa wisata (Putri, 2022). Adapun penelitian lain yang mengatakan bahwa ada hubungan antara pengembangan website desa terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan masyarakat setempat dari sektor pariwisata (Yuliansa et al., 2023). Berdasarkan penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa website dan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam upaya pemasaran untuk mengenalkan usaha kepada masyarakat luas.

SIMPULAN

Kegiatan yang dilakukan berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Fokus kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan bahasa Inggris dan pelatihan pemasaran digital yang diharapkan dapat memperkenalkan Kampung

Malagufuk sebagai destinasi ekowisata yang menarik secara internasional melalui digitalisasi branding dan promosi pariwisata yang efektif. Semua hambatan yang ditemukan dapat teratasi dengan solusi yang ditawarkan. Semua masyarakat Kampung Malagufuk secara khusus pengurus dan pemandu wisata mampu berbahasa Inggris yang baik serta mampu melakukan pemasaran digital dengan efektif, terbukti dengan banyaknya jumlah *views* dari konten-konten digital yang telah diupload di media social dan website.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian juga menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) atas kepercayaan dan dukungannya melalui pendanaan program pengabdian masyarakat ini. Dukungan ini sangat berarti bagi kami dalam upaya mewujudkan kontribusi nyata kepada masyarakat, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup melalui program-program inovatif dan berkelanjutan terkhusus untuk daerah 3T seperti Papua.

REFERENSI

- Administrasi Kampung Malagufuk. (2024). *Buku Tamu Kampung Malagufuk*.
- Dewi, M. K., Pratama, M. R. A., & Nurjanah, R. L. (2019). *Bahasa Inggris Untuk Pemandu Wisata (Cetakan 1)*. SINT Publishing. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repository2.uinw.ac.id/780/1/BUKU_SAKU_PEMANDU_WISATA-.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repository2.uinw.ac.id/780/1/BUKU_SAKU_PEMANDU_WISATA-.pdf)
- Hadapingrani, R. (2021). Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari Sebagai Kesiapan Wajah Baru Destinasi Brand Setelah Pandemi Covid-19. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 692–701. <http://www.aksa.stsrdivisi.ac.id/index.php/aksa/article/view/57%0Ahttp://www.aksa.stsrdivisi.ac.id/index.php/aksa/article/download/57/53>
- Kendarti, F. . (2009). Hubungan Tingkat Pengetahuan dengan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) Pada Anak Kelas IV, V, VI di SDN 01 Pagi Johar Baru Jakarta Pusat Depok. Universitas Indonesia.
- MURI. (2021). *Jembatan Kayu Terpanjang. Museum Rekor Dunia Indonesia*. https://muri.org/Website/Rekor_detail/jembatan_kayu_terpanjang
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo Dalam MEmbangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191–202. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://media.neliti.com/media/publications/167485-ID-pentingnya-peran-logo-dalam-membangun-br.pdf>
- Pattiwael, M. (2019). Konsep Pengembangan Ekowisata Berbasis Konservasi di Kampung Malagufuk Kabupaten Sorong. *Journal of Dedication to Papua Community*, 1(1), 42–54. <https://doi.org/10.34124/269163>
- Pattiwael, M., & Hetharia, C. (2023). Pola Sebaran Jenis Burung Paruh Bengkok Di Hutan Malagufuk Distrik Makbon Kabupaten Sorong. *Median : Jurnal Ilmu Ilmu Eksakta*, 15(1), 1–9. <https://doi.org/10.33506/md.v15i1.2267>
- Prayogo, R. R., & Febrianita, R. (2018). *Literature Review: Pengembangan Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam*

- Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan Di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)*, 16(2), 1. <https://doi.org/10.31315/jurnaladmbisnis.v16i2.3449>
- Putri, M. R. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata di Kota Pekanbaru Provinsi Riau [Universitas Islam Riau]. <https://repository.uir.ac.id/11065/1/173410084.pdf>
- Putro, W. A. S., Dfinubun, M. I., & Fathurrahman. (2022). Arboretum: Pemanfaatan Dan Nilai Ekonomi Hasil Hutan Bukan Kayu (Hhbk) Di Kampung Persiapan Malagufuk Berbasis Perlindungan Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal ABDIMASA Pengabdian Masyarakat*., 5(2), 90–94. <https://unimuda.ejournal.id/jurnalabdimasa/article/view/2868>
- Rahadi, I., Nursaly, B. R., Handini, B. S., & Murcahyanto, H. (2021). Penguasaan Bahasa Inggris Masyarakat dan Partisipasinya dalam Pengembangan Desa Wisata. *Journal of Education and Instruction (JOEAI)*, 4(2), 486–494. <https://doi.org/10.31539/joeai.v4i2.2827>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan, Pub. L. No. 10 (2009). <https://jdih.maritim.go.id/cfind/source/files/uu/uu-nomor-10-tahun-2009.pdf>
- Wijaya, C. J., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. (2016). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Bermi Kabupaten Probolinggo. *Universitas Kristen Petra*, 8(1). <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/4427/4059>
- Yuliansa, B. H., Satria, D., Kartika, Y., Sugiyanto, E., Isnaeni, S., Rianto, A., & Sakhi, T. E. (2023). Pengembangan Website Desa Sebagai Sarana Sistem Informasi Potensi Wisata Desa. *Journal of Community Service (JCOS)*, 1(3), 127–136. <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.460>
- Yulawati, J., Retnosary, R., Marliani, S., & Prihamdani, D. (2023). Pengaruh Pelatihan Bahasa

Inggris terhadap Keterampilan
Berbicara Bahasa Inggris pada
Masyarakat Desa Wisata
Mekarbuana Kabupaten
Karawang. Konferensi Nasiaonal
Penelitian Dan Pengabdian

(KNPP) Ke-3, 339–357.
[https://journal.ubpkarawang.ac.id/
index.php/ProsidingKNPP/article/
view/4927/3561](https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/view/4927/3561)