JUPAMU
Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin
Vol. 2, No. 1, Oktober, 2026, pp. 317 – 332
e-ISSN: 3123-5190
https://doi.org/10.66031/jupamu.v2i1.874

Pelatihan Bahasa Inggris di Angkringan Dalam Menghadapi Turis Asing

Nugraeni[1*], Yudas Tadius Andi Candra[2], Agustinus Hary Setiawan[3], Veronika Wiratna Sujarweni [4],

[1,2,3] Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia
[4] Universitas Respati Yogyakarta, Indonesia

e-mail: [1] nugraeni@mercubuana-yogya.ac.id, [2]yudas@mercubuana-yogya.ac.id
[3]agustinus@mercubuana-yogya.ac.id, , [4] nana.wiratna03@gmail.com

Received: 31-10-2026 | *Accepted: 03-11-2026* | *Published: 04-11-2026*

Abstrak

Di era saat ini, angkringan sangat digemari oleh semua kalangan, baik yang muda maupun yang usia lanjut. Angkringan Timbangan Tebu yang berloaksi di Bodeh adalah salah satu angkringan yang sedang berkembang saat ini. Bahkan ada turis dari mancanegara yang juga tertarik mengunjungi angkringan untuk wisata sambil menikmati hiburan dan membaur dengan masyarakat lokal. Kendala yang sering ditemukan dalam menjamu turis asing adalah dari segi bahasa. Keterbatasan sumber daya manusia yang pandai dan lancar dalam berbahasa Inggris menjadi kendala. Kendala lainya, adalah pemilik angkringan yang usia sudah tidak muda lagi, sudah membuat makanan yang akan dijual sehingga hanya fokus dalam menyediakan barang jualannya saja. Untuk pemasaran juga masih belum maksimal terutama pemasaran secara online. Adapun metode yang digunakan dalam Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) ini adalah pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi. Dengan program ini yang melibatkan mahasiswa dari Program Studi Akuntansi dan Pendidikan Bahasa Inggris, diharapkan hambatan tadi bisa teratasi. Pengabdian pada Masyarakat telah dilakukan di angkringan timbangan tebu dari Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Sehingga dengan pengabdian pada masyarakat ini akan menaikan pengunjung bahkan turis asing juga tertarik, serta omzet dan pendapatan juga akan meningkat.

Kata Kunci: *Pemandu berbahasa Inggris; Pemasaran Online; Angkringan*

Nugraeni, N., Candra, Y. T. A., Setiawan, A. H., & Agustinus, A. (2026). Pelatihan Bahasa Inggris Di Angkringan Dalam Menghadapi Turis Asing. *JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin, 2(1)*, 317-332. https://doi.org/10.66031/jupamu.v2i1.874

Copyright ©2026 to the Author. Published by CV. Ihsan Cahaya Pustaka
This is an open access article under the CC-BY-SA license

PENDAHULUAN

Angkringan merupakan salah satu bentuk usaha kuliner tradisional yang berkembang di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Keberadaannya tidak hanya berfungsi sebagai tempat menjual makanan dan minuman dengan harga terjangkau, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial bagi masyarakat dari berbagai latar belakang pekerjaan dan status sosial. Karakter egalitarian tersebut menjadikan angkringan memiliki daya tarik tersendiri karena menghadirkan suasana

santai, keakraban, dan kebersamaan. Pengalaman menikmati kuliner lokal dalam suasana sosial dan budaya masyarakat setempat juga merupakan bagian dari daya tarik wisata kuliner (Hall & Sharples, 2003; Long, 2004).

Angkringan Timbangan Tebu merupakan salah satu usaha kuliner berbasis masyarakat yang berlokasi di Pedukuhan Bodeh, Kelurahan Ambarketawang, Kapanewon Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Usaha ini berawal dari inisiatif kepala dukuh bersama masyarakat untuk mengembangkan kegiatan ekonomi melalui usaha kuliner. Lokasinya cukup strategis, berada di jalur penghubung Kapanewon Gamping dan Godean, dengan lingkungan sekitar berupa sungai dan persawahan yang memberikan suasana nyaman bagi pengunjung. Angkringan beroperasi setiap hari pukul 16.30–23.00 WIB, kecuali hari Senin. Pada akhir pekan, jumlah pengunjung meningkat hingga menimbulkan antrean untuk memperoleh tempat duduk.

Produk yang ditawarkan meliputi berbagai varian nasi kucing, nasi bakar jamur, nasi sambal geprek, gorengan, sate usus, sate telur puyuh, serta aneka minuman seperti kopi, teh, susu jahe, dan es jeruk. Nasi bakar jamur, nasi sambal geprek, susu jahe, dan es jeruk menjadi produk andalan yang ditawarkan dengan harga relatif terjangkau. Daya tarik angkringan juga diperkuat oleh konsep lesehan, suasana santai, dan hiburan musik yang memungkinkan pengunjung berinteraksi maupun berpartisipasi menyumbangkan lagu. Keragaman pengunjung, mulai dari pekerja, mahasiswa, masyarakat umum, hingga pejabat dan kalangan profesional, memperlihatkan bahwa angkringan memiliki potensi sebagai ruang kuliner sekaligus interaksi sosial lintas kelompok masyarakat. Interaksi antara penyedia layanan dan wisatawan juga menjadi bagian penting dalam membangun pengalaman kunjungan, terutama ketika komunikasi berlangsung dengan pengunjung yang memiliki latar belakang bahasa dan budaya berbeda (Quan & Wang, 2004; Setyawan et al., 2022).

Pengelolaan Angkringan Timbangan Tebu melibatkan partisipasi masyarakat sekitar. Ibu-ibu berperan dalam memproduksi makanan yang kemudian dititipkan untuk dijual, sedangkan operasional angkringan pada sore hingga malam hari dikelola oleh bapak-bapak dan pemuda yang tergabung sebagai anggota. Pola pengelolaan ini menunjukkan bahwa keberadaan angkringan tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pengelola, tetapi juga membuka peluang pemasaran produk olahan masyarakat setempat. Potensi tersebut perlu didukung oleh kemampuan promosi dan

pelayanan yang memadai agar jangkauan konsumen tidak terbatas pada pengunjung yang telah mengenal lokasi usaha. Pengembangan kemampuan komunikasi berbahasa Inggris menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan kesiapan masyarakat menghadapi wisatawan asing. Pelatihan bahasa Inggris yang berorientasi pada kebutuhan pelayanan dan interaksi dengan wisatawan dapat membantu masyarakat mengembangkan keterampilan komunikasi praktis dalam konteks pariwisata (Suastini et al., 2022; Permadi et al., 2026).

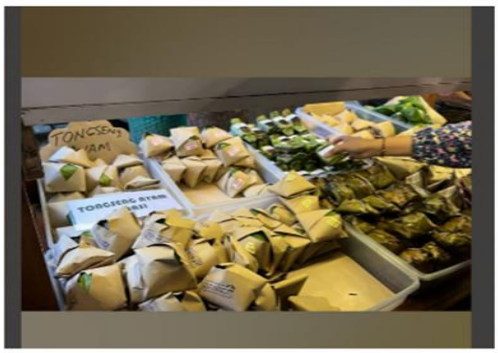
Keunikan angkringan terletak pada konsepnya yang sederhana, tetapi penuh keakraban. Para pelanggan dapat duduk bersila di atas tikar yang digelar di sekitar gerobak sambil menikmati makanan dan minuman. Pengunjung juga dihibur dengan musik dan diberi kesempatan untuk berpartisipasi menyumbangkan lagu. Suasana tersebut menciptakan pengalaman kuliner yang tidak hanya berorientasi pada konsumsi makanan, tetapi juga pada interaksi dan keterlibatan pengunjung. Dalam konteks pelayanan kepada wisatawan asing, suasana interaktif tersebut dapat menjadi peluang untuk memperkenalkan makanan, minuman, dan budaya lokal melalui komunikasi sederhana dalam bahasa Inggris. Kemampuan menggunakan ungkapan yang santun dan sesuai konteks interaksi diperlukan untuk membangun komunikasi yang nyaman antara pelaku usaha dan wisatawan asing (Setyawan et al., 2022).



Gambar 1. Suasana antrian pembeli



Gambar 2. Aneka makanan yang dijual



Gambar 3. Aneka varian nasi kucing



Gambar 4. Aneka lauk teman nasi kucing

Gambar 1. Suasana Kegiatan dan Daftar Menu Angkringan

Hasil observasi dan wawancara dengan ketua, Bapak Sigit, serta anggota Angkringan Timbangan Tebu mengidentifikasi dua keterbatasan utama, yaitu belum optimalnya pemasaran daring (online marketing) dan rendahnya kemampuan komunikasi bahasa Inggris. Keterbatasan pemasaran digital menyebabkan informasi mengenai produk, lokasi, dan keunikan angkringan belum tersampaikan secara optimal kepada calon pengunjung. Padahal, pemanfaatan media digital memungkinkan usaha kecil memperluas jangkauan informasi, membangun interaksi dengan konsumen, dan memperkuat daya tarik produk melalui berbagai saluran daring (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Di sisi lain, keterbatasan kemampuan bahasa Inggris menyulitkan anggota ketika harus menjelaskan menu, menawarkan produk, dan melayani wisatawan mancanegara. Hambatan komunikasi berpotensi mengurangi kualitas interaksi antara masyarakat setempat dan wisatawan, khususnya dalam penyampaian informasi mengenai makanan, minuman, serta karakteristik budaya lokal. Kemampuan menggunakan bahasa yang santun dan sesuai konteks menjadi bagian penting dalam membangun interaksi positif dengan wisatawan asing (Setyawan et al., 2022).

Permasalahan tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi Angkringan Timbangan Tebu sebagai usaha kuliner berbasis masyarakat dan kapasitas pengelolaannya dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Pengembangan usaha tidak cukup hanya mengandalkan keunikan produk, harga terjangkau, dan lokasi strategis, tetapi juga membutuhkan kemampuan memasarkan produk secara digital serta memberikan pelayanan yang komunikatif kepada pengunjung. Pemasaran digital berperan memperkenalkan daya tarik angkringan, membangun komunikasi dengan calon konsumen, dan memperluas jangkauan promosi. Sementara itu, keterampilan bahasa Inggris mendukung interaksi langsung, penyampaian informasi produk, dan pelayanan kepada wisatawan mancanegara. Kedua aspek tersebut merupakan kapasitas yang saling melengkapi dalam pengembangan usaha kuliner lokal, terutama ketika promosi digital perlu diikuti dengan kesiapan memberikan pelayanan kepada konsumen secara langsung (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Suastini et al., 2022).

Berdasarkan permasalahan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk meningkatkan kapasitas pengurus dan anggota Angkringan Timbangan Tebu melalui pelatihan dan pendampingan pemasaran daring serta

komunikasi bahasa Inggris praktis. Secara khusus, kegiatan bertujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk dan identitas usaha serta mengembangkan keterampilan berbahasa Inggris untuk memperkenalkan menu dan melayani wisatawan asing. Pengembangan keterampilan bahasa Inggris diarahkan pada kebutuhan komunikasi praktis dalam konteks pelayanan pariwisata, seperti menyapa pengunjung, menjelaskan menu, menawarkan makanan dan minuman, menyampaikan harga, serta merespons pertanyaan wisatawan. Pendekatan pelatihan berbasis kebutuhan komunikasi dan simulasi pelayanan relevan untuk meningkatkan kesiapan sumber daya manusia dalam menghadapi interaksi dengan wisatawan (Permadi et al., 2026; Suastini et al., 2022). Program ini diharapkan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kemandirian masyarakat dalam mengembangkan usaha kuliner lokal secara berkelanjutan.

Mengacu pada hasil analisis situasi dan wawancara dengan mitra, permasalahan prioritas yang diidentifikasi meliputi:

(1) Keterbatasan pemasaran digital. Mitra belum mengoptimalkan pemanfaatan media pemasaran online untuk memperkenalkan produk, menyampaikan informasi lokasi, dan mengomunikasikan keunikan Angkringan Timbangan Tebu. Kondisi ini membatasi jangkauan promosi dan peluang menjangkau calon pengunjung di luar lingkungan sekitar.

(2) Rendahnya keterampilan komunikasi bahasa Inggris. Pengurus dan anggota belum memiliki kemampuan bahasa Inggris praktis yang memadai untuk memperkenalkan menu, menjelaskan produk, melayani pemesanan, dan berinteraksi dengan wisatawan mancanegara. Keterbatasan ini berpotensi menghambat kualitas pelayanan dan pengalaman pengunjung asing.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan pengurus dan anggota Angkringan Timbangan Tebu di Pedukuhan Bodeh, Kelurahan Ambarketawang, Kapanewon Gamping, Kabupaten Sleman. Pendekatan ini menempatkan mitra sebagai peserta aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pengenalan permasalahan hingga penerapan keterampilan yang diperoleh. Program difokuskan pada penguatan kapasitas pemasaran digital dan komunikasi bahasa Inggris praktis untuk mendukung promosi usaha serta pelayanan

kepada pengunjung mancanegara. Pelaksanaan program terdiri atas empat tahapan berikut.

1. Sosialisasi

Sosialisasi dilaksanakan untuk memberikan pemahaman kepada pengurus dan anggota mengenai tujuan, manfaat, serta tahapan program pengabdian. Kegiatan diawali dengan penyampaian hasil identifikasi kebutuhan mitra, khususnya keterbatasan dalam pemasaran online dan komunikasi bahasa Inggris. Tim pengabdian menjelaskan pentingnya pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan promosi serta keterampilan bahasa Inggris untuk mendukung interaksi dengan wisatawan asing. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi mengenai jadwal, peserta, dan teknis pelaksanaan kegiatan.

2. Pelatihan

Pelatihan diberikan dalam dua bidang sesuai dengan permasalahan prioritas mitra. Pertama, pelatihan pemasaran digital yang mencakup pengenalan media promosi online, penyusunan informasi usaha, pengambilan foto produk, pembuatan konten promosi, dan penyampaian informasi mengenai lokasi serta keunggulan Angkringan Timbangan Tebu. Kedua, pelatihan bahasa Inggris praktis yang mencakup kosakata dan ungkapan untuk menyambut pengunjung, memperkenalkan menu, menjelaskan bahan makanan dan minuman, menyampaikan harga, menerima pesanan, serta merespons pertanyaan sederhana. Penyampaian materi dilengkapi contoh dan latihan agar mitra memahami penerapannya dalam aktivitas usaha.

3. Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi diarahkan pada pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi Angkringan Timbangan Tebu. Mitra didampingi untuk membuat atau mengoptimalkan media pemasaran online, mengunggah foto produk, menyusun deskripsi menu, mencantumkan informasi lokasi dan jam operasional, serta menyampaikan daya tarik angkringan melalui konten digital. Penerapan dilakukan dengan memanfaatkan perangkat dan media digital yang tersedia pada mitra. Keterlibatan anggota dalam proses pembuatan dan publikasi konten ditujukan agar pengelolaan promosi tidak bergantung sepenuhnya pada tim pengabdian. Pada aspek bahasa Inggris, teknologi digunakan sebagai sarana pendukung pembelajaran apabila diperlukan, sedangkan penguasaan komunikasinya tetap dilatih melalui praktik percakapan langsung

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan untuk memastikan mitra mampu menerapkan hasil pelatihan dalam kegiatan operasional. Pada bidang pemasaran digital, pendampingan mencakup praktik pembuatan, pengunggahan, dan pengelolaan konten promosi. Pada bidang bahasa Inggris, pendampingan dilakukan melalui latihan percakapan dan simulasi pelayanan kepada wisatawan asing. Evaluasi dilaksanakan dengan mengamati kemampuan mitra dalam mengelola media promosi, menyusun informasi produk, serta menggunakan ungkapan bahasa Inggris dalam situasi pelayanan. Evaluasi juga dilakukan melalui diskusi dan wawancara untuk mengetahui tanggapan mitra, manfaat kegiatan, dan kendala penerapan. Hasil evaluasi menjadi dasar untuk menentukan aspek yang masih memerlukan penguatan dan keberlanjutan program.

Tabel 1. Indikator ketercapaian program

Tahapan	Indikator Ketercapaian
Sosialisasi	Mitra memahami tujuan, manfaat, dan tahapan kegiatan.
Pelatihan	Mitra memahami materi pemasaran digital dan ungkapan bahasa Inggris praktis.
Penerapan teknologi	Mitra mampu membuat dan memublikasikan konten promosi melalui media digital.
Pendampingan dan evaluasi	Mitra mampu mempraktikkan pengelolaan promosi dan komunikasi bahasa Inggris sederhana dalam simulasi pelayanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Angkringan Timbangan Tebu difokuskan pada penguatan kapasitas mitra dalam pemasaran digital dan komunikasi bahasa Inggris. Kedua aspek tersebut dipilih berdasarkan permasalahan yang ditemukan pada tahap identifikasi kebutuhan. Kegiatan dilaksanakan melalui sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil setiap tahapan menunjukkan proses penguatan kemampuan mitra, baik dalam memperkenalkan usaha melalui media digital maupun dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung mancanegara.

1. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan tahap awal untuk membangun kesepahaman antara tim pengabdian dan pengurus serta anggota Angkringan Timbangan Tebu mengenai tujuan, sasaran, dan mekanisme pelaksanaan program. Kegiatan ini mencakup penyampaian bentuk pelatihan yang akan diberikan, penentuan peserta, penyusunan

jadwal kegiatan, serta pembagian peran selama program berlangsung. Koordinasi tersebut diperlukan agar pelaksanaan kegiatan sesuai dengan kondisi operasional angkringan, mempertimbangkan ketersediaan waktu mitra, dan tidak mengganggu aktivitas usaha. Pelibatan mitra sejak tahap perencanaan juga menjadi bagian penting dalam pelaksanaan pengabdian berbasis partisipasi masyarakat karena kebutuhan dan kondisi sasaran perlu menjadi pertimbangan dalam menentukan bentuk intervensi.

Melalui sosialisasi, mitra memperoleh pemahaman mengenai keterkaitan antara pemasaran digital dan keterampilan bahasa Inggris dengan pengembangan usaha kuliner. Pemasaran digital diarahkan untuk memperluas jangkauan informasi mengenai produk, lokasi, dan daya tarik angkringan melalui media daring (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Sementara itu, keterampilan bahasa Inggris ditujukan untuk meningkatkan kesiapan anggota dalam menyapa pengunjung asing, memperkenalkan menu, menjelaskan harga, dan memberikan pelayanan sederhana. Penguasaan komunikasi praktis tersebut relevan dengan kebutuhan interaksi dalam kegiatan pariwisata (Suastini et al., 2022). Sosialisasi juga digunakan untuk mengidentifikasi pengalaman awal dan kebutuhan belajar peserta agar materi pelatihan dapat disesuaikan dengan kemampuan serta situasi pelayanan di angkringan. Kesepahaman yang terbentuk pada tahap ini menjadi landasan bagi keterlibatan aktif mitra dalam pelaksanaan pelatihan, pendampingan, dan penerapan keterampilan yang diperoleh.

2. Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dua kali seminggu selama satu bulan dengan mencakup tiga kegiatan, yaitu pelatihan komunikasi bahasa Inggris praktis, pelatihan pemasaran online, dan pelatihan pengembangan website. Materi dan praktik pada setiap kegiatan disesuaikan dengan kebutuhan mitra agar keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara langsung dalam promosi dan pelayanan Angkringan Timbangan Tebu.

a. Pelatihan Bahasa Inggris

Pelatihan bahasa Inggris diberikan kepada pengurus dan anggota Angkringan Timbangan Tebu dengan penekanan pada keterampilan komunikasi praktis dalam pelayanan pengunjung asing. Materi mencakup ungkapan sederhana untuk menyapa pengunjung, menawarkan makanan dan minuman, memperkenalkan menu, menyampaikan harga, serta merespons pertanyaan dasar. Pemilihan materi tersebut

didasarkan pada kebutuhan komunikasi yang paling mungkin muncul dalam interaksi antara penjual dan wisatawan mancanegara. Pendekatan pembelajaran berbasis kebutuhan ini relevan dengan pengembangan kompetensi bahasa Inggris untuk keperluan pelayanan pariwisata, yang menempatkan kemampuan berkomunikasi dalam situasi nyata sebagai bagian penting dari kesiapan sumber daya manusia (Suastini et al., 2022; Permadi et al., 2026).

Pelatihan dipandu oleh Agustinus Hary Setiawan, dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, dengan pendampingan mahasiswa dari program studi yang sama. Kegiatan tidak hanya dilakukan melalui penyampaian materi, tetapi juga latihan pengucapan, pemberian contoh dialog, dan praktik simulasi pelayanan. Pengurus dan anggota menunjukkan antusiasme dengan terlibat langsung dalam praktik percakapan menggunakan bahasa Inggris sederhana. Mereka berlatih menyapa, menawarkan menu, dan merespons pertanyaan seolah-olah sedang melayani pengunjung asing. Praktik tersebut memberikan kesempatan kepada peserta untuk menerapkan kosakata dan ungkapan yang dipelajari dalam situasi komunikasi yang menyerupai aktivitas pelayanan sehari-hari.

Pola pelatihan berbasis simulasi memberikan kesempatan kepada peserta untuk menggunakan ungkapan bahasa Inggris dalam konteks pelayanan yang dekat dengan aktivitas operasional angkringan. Pendekatan praktis ini lebih relevan dengan kebutuhan mitra karena pembelajaran diarahkan pada kemampuan menyampaikan informasi dan merespons lawan bicara, bukan sekadar menghafalkan tata bahasa dan kosakata secara terpisah. Keterampilan komunikasi dalam konteks wisata kuliner tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menerjemahkan kata, tetapi juga mencakup ketepatan menyampaikan informasi produk, kesantunan berbahasa, dan kemampuan membangun interaksi yang dapat dipahami oleh pengunjung dari latar belakang budaya berbeda. Aspek kesantunan menjadi penting dalam komunikasi pelayanan karena cara menyampaikan informasi turut memengaruhi kualitas interaksi antara pelaku usaha dan wisatawan asing (Setyawan et al., 2022). Pola pelatihan melalui praktik dan simulasi juga sejalan dengan pendekatan pengembangan kapasitas komunikasi bahasa Inggris dalam kegiatan pelayanan pariwisata (Suastini et al., 2022; Permadi et al., 2026).



Gambar 2. Pelatihan Bahasa Inggris di Angkringan

b. Pelatihan pemasaran online

Pelatihan pemasaran online bertujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam menyampaikan informasi usaha secara digital dan memperkenalkan daya tarik Angkringan Timbangan Tebu kepada calon pengunjung. Kegiatan dipandu oleh Nugraeni, dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta, dengan bantuan mahasiswa Fakultas Ekonomi UMBY. Materi pelatihan diarahkan pada pengelolaan informasi usaha, penyajian produk, serta pemanfaatan website sebagai media promosi. Penguasaan pemasaran digital menjadi salah satu aspek penting bagi usaha mikro dan kecil karena memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan informasi, memperkenalkan produk, serta membangun komunikasi dengan calon konsumen melalui media daring (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Salah satu kegiatan utama adalah memperbarui informasi Angkringan Timbangan Tebu sesuai dengan perkembangan kondisi usaha. Pembaruan mencakup alamat lokasi karena angkringan telah berpindah tempat sekitar 200 meter dari lokasi sebelumnya, penambahan variasi makanan dan minuman, serta informasi mengenai fasilitas yang tersedia. Fasilitas tersebut meliputi musala dan area parkir yang lebih luas dan nyaman. Perubahan informasi ini penting karena materi promosi digital harus mencerminkan kondisi aktual usaha. Informasi lokasi yang tidak akurat, menu yang sudah berubah, atau fasilitas yang belum diperbarui dapat menimbulkan ketidaksesuaian antara informasi yang diterima calon pengunjung dan kondisi yang mereka temukan ketika datang. Keakuratan dan konsistensi informasi merupakan bagian penting dalam pengelolaan komunikasi pemasaran karena informasi yang

disampaikan kepada konsumen perlu merepresentasikan produk dan layanan yang benar-benar tersedia (Kotler & Keller, 2016).

Kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa pemasaran online tidak cukup dilakukan dengan mengunggah foto produk secara terpisah. Informasi mengenai lokasi, variasi menu, fasilitas, dan suasana angkringan perlu disajikan secara terpadu agar calon pengunjung memperoleh gambaran yang utuh mengenai usaha. Penyajian informasi yang terintegrasi dapat membantu membangun persepsi konsumen terhadap daya tarik dan karakteristik usaha kuliner. Pendekatan tersebut sejalan dengan prinsip pemasaran digital yang menempatkan penyediaan informasi, pengelolaan konten, dan interaksi melalui kanal daring sebagai bagian dari upaya membangun hubungan dengan konsumen (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran juga perlu diarahkan pada penguatan nilai yang ditawarkan kepada konsumen, bukan sekadar penggunaan media sebagai sarana publikasi (Kotler et al., 2021).



Gambar 3. Pelatihan Pemasaran

3. Penerapan Teknologi

Tahap penerapan teknologi merupakan tindak lanjut dari pelatihan pemasaran online. Pada tahap ini, mitra tidak hanya menerima penjelasan mengenai pemasaran digital, tetapi juga terlibat langsung dalam praktik penggunaan perangkat dan media digital untuk mengelola informasi serta mempromosikan usaha. Kegiatan mencakup praktik pengelolaan dan pengembangan website, pembaruan informasi usaha, serta penyajian informasi mengenai produk, lokasi, dan fasilitas Angkringan Timbangan

Tebu. Penerapan ini menempatkan teknologi digital sebagai sarana komunikasi pemasaran yang memungkinkan pelaku usaha menyampaikan informasi secara lebih terstruktur dan menjangkau calon konsumen melalui kanal daring (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Pengembangan website diarahkan untuk menyediakan informasi usaha dalam satu media yang dapat diakses oleh calon pengunjung. Informasi yang diperbarui mencakup perubahan alamat, variasi menu makanan dan minuman, serta fasilitas pendukung yang tersedia. Kelengkapan informasi tersebut diharapkan membantu calon pengunjung mengenali karakteristik angkringan sebelum melakukan kunjungan. Penerapan teknologi ini juga memperkuat konsistensi informasi usaha, terutama karena terdapat perubahan lokasi dan penambahan fasilitas. Dalam pemasaran digital, penyajian informasi yang relevan dan sesuai dengan kondisi aktual usaha merupakan bagian penting dalam membangun komunikasi serta memberikan gambaran nilai yang ditawarkan kepada konsumen (Kotler et al., 2021).

Keterlibatan mitra dalam praktik pengelolaan website menjadi aspek penting dalam tahap penerapan teknologi. Pengurus dan anggota diperkenalkan pada proses pembaruan informasi agar pengelolaan media promosi dapat dilanjutkan secara mandiri setelah program pengabdian selesai. Kontribusi utama tahap ini terletak pada pengembangan kemampuan mitra, dari sekadar mengenal media digital menjadi mampu menggunakannya sebagai sarana komunikasi pemasaran. Keberlanjutan pemanfaatan teknologi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan platform, tetapi juga oleh kapasitas pengguna dalam mengoperasikan, mengelola, dan memperbarui informasi secara mandiri. Orientasi pengembangan kapasitas tersebut sejalan dengan pendekatan pemasaran digital yang menempatkan teknologi sebagai instrumen untuk memperkuat kemampuan dan hubungan usaha dengan konsumen (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilaksanakan selama dua minggu setelah pelatihan dan penerapan teknologi selesai. Kegiatan ini bertujuan memastikan keterampilan yang telah diperoleh mitra dapat diterapkan dalam aktivitas usaha. Pada bidang pemasaran digital, pendampingan difokuskan pada pengelolaan website dan pembaruan informasi usaha. Pada bidang bahasa Inggris, pendampingan diarahkan pada penerapan ungkapan sederhana dalam simulasi pelayanan, khususnya ketika menyapa

pengunjung, menawarkan menu, menjelaskan harga, dan merespons pertanyaan. Pendampingan diperlukan agar keterampilan yang diperoleh melalui pelatihan tidak berhenti pada penguasaan materi, tetapi berkembang menjadi kemampuan praktis yang dapat digunakan dalam situasi pelayanan dan pengelolaan usaha.

Evaluasi dilakukan melalui dua tahap. Pertama, evaluasi proses dilaksanakan selama kegiatan berlangsung untuk mengamati partisipasi peserta, pemahaman materi, dan kendala dalam mengikuti pelatihan maupun praktik. Hasil pengamatan digunakan sebagai dasar bagi tim untuk menyesuaikan penyampaian materi dan memberikan penguatan pada bagian yang belum dipahami mitra. Kedua, evaluasi akhir dilaksanakan pada akhir program bersama pengurus dan anggota Angkringan Timbangan Tebu. Evaluasi mencakup keterampilan menggunakan bahasa Inggris sederhana dalam simulasi pelayanan serta kemampuan mengelola dan memperbarui informasi usaha melalui media digital. Pembagian evaluasi ke dalam proses dan hasil memungkinkan tim menilai bukan hanya keterlaksanaan kegiatan, melainkan juga ketercapaian keterampilan yang menjadi sasaran program.

Hasil pendampingan dan evaluasi menunjukkan adanya perkembangan keterampilan mitra dalam dua bidang yang menjadi sasaran program. Pengurus dan anggota telah mampu mempraktikkan ungkapan bahasa Inggris sederhana untuk menyambut dan berinteraksi dengan wisatawan asing. Pada aspek pemasaran digital, mitra telah memperoleh keterampilan dalam memperbarui dan mengelola informasi usaha melalui website sehingga informasi mengenai lokasi, menu, dan fasilitas dapat disajikan secara lebih mutakhir. Temuan ini menunjukkan bahwa program telah menghasilkan capaian pada tingkat pengetahuan dan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan operasional angkringan. Namun, capaian tersebut perlu dipahami sebagai hasil evaluasi pada akhir program, bukan sebagai bukti peningkatan jumlah kunjungan wisatawan atau omzet usaha karena kedua aspek tersebut belum diukur dalam kegiatan ini.

Secara substantif, hasil program memperlihatkan bahwa penguatan pemasaran digital dan komunikasi bahasa Inggris merupakan dua kapasitas yang saling melengkapi. Pemasaran digital berperan memperkenalkan identitas, produk, dan daya tarik Angkringan Timbangan Tebu kepada calon pengunjung, sedangkan keterampilan bahasa Inggris mendukung interaksi langsung ketika wisatawan mancanegara datang. Hubungan kedua kapasitas tersebut menunjukkan bahwa kesiapan usaha kuliner

berbasis masyarakat tidak cukup dibangun melalui promosi digital, tetapi juga memerlukan kemampuan memberikan pelayanan yang komunikatif. Pengembangan pemasaran digital perlu diarahkan pada penyampaian nilai usaha kepada konsumen, sementara kompetensi komunikasi menjadi bagian dari kualitas interaksi dalam pelayanan pariwisata (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Suastini et al., 2022). Keberlanjutan hasil program tetap bergantung pada konsistensi mitra dalam memperbarui informasi digital dan menggunakan keterampilan bahasa Inggris dalam aktivitas pelayanan sehari-hari.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Angkringan Timbangan Tebu menunjukkan bahwa penguatan usaha kuliner berbasis masyarakat tidak cukup hanya mengandalkan potensi produk, lokasi strategis, dan keterlibatan warga, tetapi juga memerlukan kapasitas promosi dan pelayanan yang adaptif. Pelatihan bahasa Inggris memberikan pengetahuan dan latihan percakapan sehari-hari sehingga pengurus dan anggota memiliki bekal untuk menyambut, menawarkan menu, serta melayani wisatawan asing dengan ungkapan sederhana yang didukung bahasa tubuh. Pada aspek pemasaran online, mitra memperoleh keterampilan dalam mengelola informasi usaha dan melayani pemesanan pengunjung secara daring, sekaligus merespons komentar, masukan, maupun keluhan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu menghubungkan pengetahuan dengan kebutuhan nyata dalam operasional usaha.

Kontribusi utama program terletak pada pengintegrasian keterampilan komunikasi bahasa Inggris dan pemasaran digital sebagai dua aspek yang saling melengkapi dalam pengembangan usaha. Media digital memperluas akses informasi, memfasilitasi pemesanan, dan membuka ruang interaksi dengan pelanggan, sedangkan kemampuan bahasa Inggris mendukung kualitas pelayanan kepada wisatawan mancanegara. Namun, keberlanjutan manfaat program bergantung pada konsistensi mitra dalam memperbarui informasi website, mengelola konten promosi, menanggapi interaksi pelanggan, serta menerapkan keterampilan komunikasi dalam pelayanan sehari-hari. Penguatan kapasitas tersebut perlu dilanjutkan agar hasil kegiatan tidak berhenti pada pelatihan, tetapi berkembang menjadi praktik pengelolaan usaha yang mandiri dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pengelola dan anggota Angkringan Timbangan Tebu atas partisipasi dan kerja sama selama pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat, serta kepada Universitas Mercu Buana Yogyakarta atas dukungan dan pendanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, W. D., & Nugraeni. (2023). Mengenal dunia digital: Edukasi dan pendampingan digital marketing kepada UMKM. Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara, 2(4), 57–62. https://doi.org/10.58374/jmmn.v2i4.211

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing (7th ed.). Pearson.

Fatqurhohman, F., Firdaus, H. P. E., Sujiwo, D. A. C., & Tamami, B. (2025). Pelatihan pemanfaatan teknologi artificial intelligence sebagai strategi penguatan kemampuan menulis karya ilmiah mahasiswa. JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin, 1(1), 37–48. https://doi.org/10.66031/jupamu.v1i1.28

Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), Food tourism around the world: Development, management and markets (pp. 1–24). Butterworth-Heinemann. https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-5503-3.50004-X

Hamdi, K., & Yadewani, D. (2019). Pengembangan usaha kuliner home industri sebagai peluang kaum perempuan menuju Indonesia kreatif. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(Juni), 101-116. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2867

Hendrasto, N., Wijayanti, R., & Haidar, A. (2025). Optimalisasi UMKM melalui digital marketing dan keuangan: Studi di Desa Tegalwaru Bogor. SULUH: Jurnal Abdimas.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. Wiley.

Limbong, L. O., & Wulandari, I. (2026). Pelatihan pembuatan buku kas dan pengelolaan keuangan sederhana pada rumah makan di Puluhdadi Sleman. JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin, 1(3), 561–568. https://doi.org/10.66031/jupamu.v1i3.475

Maru, M. R., & Nugraeni, N. (2024). Pendampingan pengelolaan keuangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Caturtunggal. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6(2), 1-5.

Mohamadi, R. F. (2025). Contoh cara menghitung HPP (harga pokok penjualan). Jurnal.id. https://www.jurnal.id/id/blog/apa-yang-dimaksud-harga-pokok-penjualan-hpp/

Mulyadi. (2019). Akuntansi biaya. UPP STIM YKPN.

Nugraeni, S. A. (2017). Pelatihan tour guide dan pembukuan untuk peningkatan omzet wisata mangrove. Prosiding SEMNAS PPM UAD.

Permadi, K. S., Selamet, I. W. A., Yonce, A. F. E., Paristha, N. P. T., & Jompong, E. (2026). Penguatan kapasitas SDM pariwisata melalui pembelajaran bahasa Inggris dan simulasi tour guiding di Jatiluwih. JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin, 1(3), 317–332. https://doi.org/10.66031/jupamu.v1i3.289

Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. Tourism Management, 25(3), 297–305. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4

Rifah, L. R., Shanti, M., & Sabilah, F. (2021). The needs of English for entrepreneurship students in the university level: The entrepreneurial role models' perspective. KEMBARA: Journal of Scientific Language Literature and Teaching, 7(2), 297–306. https://doi.org/10.22219/kembara.v7i2.18187

Setyawan, A. H., Binawan, H., & Nugraeni, N. (2022). Politeness strategies used by pedicab drivers to foreign tourists in Malioboro Street. Language Literacy: Journal of Linguistics, Literature, and Language Teaching, 6(2), 535-544. https://doi.org/10.30743/ll.v6i2.6162

Sagala, L. H., & Nugraeni, N. (2025). Pengenalan digital pemasaran terhadap UMKM Lesehan GBK dan Angkringan Ganza. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan, 2(1)*, 122–129. https://doi.org/10.62383/aksinyata.v2i1.1052

Suastini, N. W., Utami, N. P. C. P., Pratiwi, D. P. E., & Dewi, N. K. K. N. (2022). Pelatihan "English for tour guiding" bagi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Tista. Bina Cipta, 1(1), 1–9. https://doi.org/10.46837/binacipta.v1i1.4

Sundari, K., & Nugraeni, N. (2024). Pengenalan penggunaan aplikasi Akuntansiku pada UMKM Grafisria dan Senang Senang. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6(3), 1-7.

Wikipedia. (2021). Angkringan. Wikimedia.