

Analisis Hubungan Kemampuan Berbicara Bahasa Inggris Santri dengan Manajemen *Marketing* Pondok Pesantren Modern di Oku Timur

Vovi Sinta B.¹⁾, Zulaikah²⁾, Siti Afifah³⁾

STKIP Nurul Huda Sukaraja

Email: vovisinta@stkipnurulhuda.ac.id

Abstract

Islamic boarding schools are non-formal education based on Islam. The purpose of this study was to determine the relationship between students' English language skills as one of the plus values of the outputs they have with the marketing management of the boarding school. The research was conducted at the Nurussalam Islamic Boarding School Sidogede in East OKU. Preliminary study through literature study, (2) Preparation of measuring instruments, (3) Testing of measuring instruments, (4) Testing the validity and reliability of measuring instruments, (5) Collecting data in the field (6) processing of data, (7) compiling the results into stages that will be passed in this research. Based on the results of the research found. Basically, the Modern Nurussalam Sidogede Islamic Boarding School does not display a special strategy or concept in its marketing management. In general, the cottage socialization media also uses the website, YouTube channel (nurussalam.com), brochures (print media), if someone asks, in addition to using the internet and social media networks, alumni indirectly become running brochures so that people can get to know them better. related to the quality of the Modern Nurussalam Islamic Boarding School Sidogede. In reality, alumni are known through dedication. The service in question is that the students who have passed are selected according to the predetermined categories so that they are selected for service both inside and outside the cottage.

Keywords: management, marketing, English, Islamic boarding school

Abstrak

Pondok pesantren merupakan pendidikan nonformal berbasis agama Islam. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara kemampuan berbahasa Inggris santri sebagai salah satu nilai plus dari *output* yang dimiliki dengan manajemen marketing pondok. Penelitian dilakukan di pondok pesantren Nurussalam Sidogede di OKU Timur. Studi pendahuluan melalui studi literatur, (2) Penyusunan alat ukur, (3) Uji coba alat ukur, (4) Uji validitas dan reliabilitas alat ukur, (5) Pengambilan data di lapangan (6) pengolahan data, (7) penyusunan hasil menjadi tahapan yang akan dilalui dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan. Pada dasarnya Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede ini tidak menampilkan strategi atau konsep khusus dalam manajemen marketingnya. Secara umum media sosialisasi pondok juga memanfaatkan *website*, YouTube *channel* (nurussalam.com), brosur (media cetak), jika ada yang meminta, selain pemanfaatan jaringan internet dan *medsos*, para alumni-alumni secara tidak langsung menjadi brosur berjalan sehingga masyarakat mampu mengenal secara *real* terkait kualitas yang dimiliki pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede. Pada realisasinya alumni dikenal melalui pengabdian. Pengabdian yang dimaksud ialah para santri yang sudah lulus terpilih sesuai dengan kategori yang sudah ditetapkan sehingga terpilih untuk pengabdian baik di dalam maupun di luar pondok.

Kata Kunci: manajemen, *marketing*, bahasa Inggris, pondok pesantren

1. Pendahuluan

Pendidikan merupakan sektor terpenting, yang akan menjadi cerminan kualitas suatu bangsa dan negara. Secara fungsional pendidikan pada dasarnya memanusiakan manusia, mencerdaskan kehidupan bangsa, hingga terbentuk sumber daya berkualitas. Dengan adanya pendidikan yang siap mempersiapkan sumber daya manusia yang mumpuni harus ditunjang dengan komunikasi yang *Up To Date* untuk mengeksplor semua kemampuan yang ada. Pengertian Pendidikan adalah sebagai usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana

belajar dan proses pembelajaran untuk peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat (<https://silabus.org/pengertian-pendidikan/>).

Bahasa merupakan salah satu sarana alat komunikasi untuk mendapatkan informasi dalam mewujudkan di setiap keinginan seseorang. Seiring perkembangan zaman *out put* pendidikan dituntut mampu mengimbangi kebutuhan manusia. Globalisasi sangat rentan di berbagai masalah kehidupan seperti pendidikan, ekonomi, sosial, politik, dan lain sebagainya. Bahasa Inggris merupakan bahasa dunia Internasional yang banyak berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Ketika kita mampu mengikutinya maka itu menjadi salah satu wahana yang akan membantu kita dalam berkomunikasi dengan dunia Internasional. Bahasa Inggris banyak digunakan di berbagai media. Bahasa Inggris tidak cukup hanya dipelajari tapi juga harus dipraktekkan secara langsung. Bahasa Inggris memiliki dua kemampuan yang benar-benar harus *balance* antara *speaking* dan *grammar*-nya. Semua harus dibiasakan supaya terlatih, untuk mengikuti perkembangan bahasa Inggris itu sendiri dan mampu menyesuaikan dengan arus modernisasi.

Dikatakan modern ketika mampu menciptakan perubahan dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Seperti halnya dua Pondok Pesantren yang ada di Oku Timur yang menggunakan bilingual yaitu bahasa Inggris dan bahasa Arab. Bahasa Inggris merupakan bahasa Internasional yang wajib diikuti perkembangannya untuk mempermudah mengikuti perkembangan dunia. Pondok Pesantren di OKU Timur menerapkan bahasa Inggris sebagai alat komunikasi yang wajib digunakan para santri. Ini merupakan salah satu bentuk peran dunia pendidikan dalam mencetak sumber daya manusia yang siap mengikuti perkembangan globalisasi. Para santri membiasakan berkomunikasi dengan bahasa Inggris. Apabila ada santri yang melanggar maka akan diberikan sanksi sebagai hukuman pelanggaran aturan. Dengan metode seperti ini para santri menjadi terlatih dan mampu mebiasakan diri berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris.

Sesuai dengan latar belakang sebagai lembaga pendidikan Islami pondok pesantren di OKU Timur menerapkan sistem manajemen *marketingnya* harus searah dengan visi misinya sebagai pondok pesantren modern. Berbicara dengan bahasa Inggris merupakan salah satu wujud manajemennya. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti berniat untuk mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Hubungan Kemampuan Berbicara Bahasa Inggris Bagi Santri Dengan Manajemen Marketing Pondok Modern di OKU Timur”.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Bahasa Inggris

Crystal (2000; 1) menyebutkan bahwa bahasa Inggris adalah bahasa Global. Menurut Hidayat (2006) Bahasa Inggris adalah sebuah bahasa yang berasal dari Inggris. Keraf & Chaer, (2006:1) mengungkapkan bahasa Inggris merupakan bahasa Internasional pertama yang digunakan untuk berkomunikasi dalam berbagai aspek kehidupan; pendidikan, ekonomi, politik, budaya dalam lingkup Internasional. Smith (dalam McKay,2003) memaparkan tiga konsep mendasar bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional dalam pembelajaran, yakni pelajar tidak berkewajiban untuk mengadopsi kebudayaan penutur asli bahasa Inggris, bahasa Inggris telah dimiliki oleh semua kalangan dan tidak terbatas pada penutur asli bahasa Inggris, dan tujuan pembelajaran bahasa Inggris adalah usaha dalam mengupayakan generasi yang mampu mengimbangi di setiap perkembangan di segala bidang. Menurut Alwasilah (2001) menyatakan bahwa bahasa Inggris seharusnya menjadi bagian dari kurikulum karena

bahasa ini merupakan penunjang perkembangan generasi Indonesia. Tsui dan Tollefson (2007) menambahkan bahwa jika ingin mengakses ilmu pengetahuan dan teknologi, maka mau tidak mau seseorang harus memiliki pemahaman tentang penggunaan bahasa Inggris.

2.2 Konsep Berbicara

Menurut Sulastri (2008:13) berbicara merupakan kegiatan komunikasi lisan yang melibatkan dua orang atau lebih dan para partisipannya berperan sebagai pembicara maupun yang memberi reaksi terhadap apa yang di dengarnya serta memberi kontribusi dengan segera. Sulastri (2008:14) berbicara sebagai cara berkomunikasi antara pembicara dan pendengar. Sedangkan menurut Tarigan (2008:16) berbicara merupakan kemampuan mengucapkan bunyi artikulasi atau kata-kata untuk mengekspresikan serta menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan. Berbicara merupakan instrumen yang mengungkapkan kepada penyimak secara langsung apakah sang pembicara memahami atau tidak, baik bahan pembicaraannya maupun para penyimaknya, apakah dia bersikap tenang serta dapat menyesuaikan diri atau tidak pada saat dia mengomunikasikan gagasannya, dan apakah dia waspada serta antusias atau tidak (Tarigan, 2008: 16). Dengan berbicara maka manusia bisa saling berkomunikasi, menyatakan pendapat, menyampaikan maksud dan pesan, serta mengungkapkan perasaan (Kusuma, 2009: 18). Berbicara merupakan kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau mengucapkan kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan, menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan (Arsjad dan Mukti, 1988: 17). Sementara itu Djago Tarigan (1990:149) mengungkapkan bahwa berbicara adalah keterampilan menyampaikan pesan melalui bahasa lisan. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa berbicara merupakan alat untuk menyampaikan sebuah ide, gagasan, pikiran, isi hati dari seorang pembicara atau *speaker* tersebut yaitu dengan cara menggunakan bahasa lisan sehingga apa yang di maksud dari pembicara itu bisa dipahami oleh orang lain dan orang lain dapat meresponnya.

2.3 Manajemen Marketing

Menurut Suryana (2008:135) mengatakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang atau jasa, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa. Sedangkan menurut Kotler (2005:10) bahwa pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses satu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Assauri (2010:81) menjelaskan bahwa konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan konsumen dengan di dukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.4 Pondok Pesantren Modern

Murid yang menuntut ilmu di pondok pesantren dinamakan santri dan pengajarnya disebut ustadz/ustadzah (Reni Pujianti:2017). Sedangkan Pondok Pesantren Modern, atau Pesantren Modern atau biasa juga disebut dengan istilah *khalaqiyah*, *'ashriyah* atau *al-haditsiyyah*, merupakan kebalikan dari pada pesantren salaf (salafiyah).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan dengan metode deskriptif serta dengan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik observasi merupakan pengumpulan data dilakukan dengan cara

pengamatan yang disertai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran (Creswell, 2013). Teknik ini juga dilakukan dengan melakukan pengamatan secara intensif serta mendengarkan secermat mungkin sampai kepada hal yang sekecil-kecilnya selama berada di lokasi. Teknik ini bertujuan untuk mengumpulkan data sebanyak-banyaknya tentang kondisi objektif, letak geografis lokasi pelaksanaan PPM dan proses pelaksanaan kegiatan PPM. Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mengetahui secara lebih mendalam tentang proses manajemen pemasaran melalui PPM.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Manajemen Lembaga Bahasa Pondok Pesantren Modern Sidogede

Pondok pesantren mempunyai peranan yang sangat komprehensif dalam dunia pendidikan. Pondok pesantren tidak hanya berperan sebagai lembaga keagamaan namun sekaligus berperan sebagai lembaga pendidikan yang mampu mencetak generasi yang cerdas serta berakhlak mulia. Hal ini dapat diketahui pada salah satu bentuk manajemen lembaga bahasa Pondok Pesantren Modern Sidogede dalam menerapkan bahasa asing (bahasa Inggris), dalam menciptakan sumber daya manusia yang diharapkan paham ilmu agama serta mahir dalam berbahasa asing, sehingga siswa (*out put*) yang diharapkan mampu menyesuaikan dan mengikuti perkembangan dunia. Sistem penerapan bahasa Inggris Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede bersifat bilingual yang mempunyai dua bahasa wajib diantaranya bahasa Inggris dan bahasa Arab. Bahasa Inggris adalah salah satu dari dua bahasa tersebut.

4.2 Perencanaan

Perencanaan merupakan suatu upaya dalam menentukan berbagai hal yang hendak dicapai. Perencanaan memiliki dua faktor yaitu faktor tujuan dan faktor sarana. Baik personil maupun materi. Langkah-langkah dalam perencanaan sebagai berikut:

- a. Menentukan dan menetapkan tujuan yang hendak dicapai
- b. Meneliti masalah atau kegiatan yang akan dilakukan
- c. Mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan
- d. Menentukan tahapan dalam melakukan kegiatan
- e. Merumuskan bagaimana permasalahan dapat teratasi dan pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik

Perencanaan adalah poin paling utama pada serangkaian kegiatan, supaya pelaksanaan kegiatan mampu berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada kepala divisi lembaga bahasa Ust. Mehda Badrus Zaman, MM. sebagai berikut: “Perencanaan kegiatan *down-up* diusulkan oleh bagian bahasa santri disetujui oleh bagian pembimbing bahasa. Dalam beberapa kesempatan juga ada yang bersifat instruksi pimpinan sehingga mengalir *up-down*”.

Bentuk Implementasi dari perencanaan dalam bentuk rapat secara periodik :

- a. Rapat tahunan yang mengacu pada kalender akademik dan kegiatan pondok salah satunya musyawarah kerja tahunan oleh bagian bahasa santri.

- b. Rapat semester dalam rangka mengevaluasi kegiatan bahasa secara umum oleh kordinator.
- c. Rapat mingguan dan bulanan antara staf pembimbing bahasa dengan bagian bahasa santri.

4.3 Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan penentu, pengelompokan, dan pengaturan berbagai macam aktifitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Pengorganisasian sebagai penetapan fungsi administrasi lembaga pendidikan. Pelaksanaan pengorganisasian yang baik sangat membantu untuk mencapai tujuan serta sasaran yang sudah ditetapkan. Hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan dalam pembagian tugas wewenang dan tanggung jawab hendaknya disesuaikan pada minat, bakat, pengetahuan dan yang tidak kalah pentingnya adalah tetap pada prosedur, metode kerja, kewenangan personalia serta ketersediaan peralatan kerja. Proses pengorganisasian dalam membentuk kepanitiaan untuk setiap program yang direncanakan biasanya dilakukan rapat bersama pengasuh, dewan asatidz serta pengurus pondok pesantren.

Hal ini bisa dilihat pada dua organisasi KMI dan Pengasuhan santri. Terkait dengan penerapan bahasa Inggris pada santri tetap ada pengawasan dari santri senior yang ditugaskan dari devisi bahasa. Pelaksanaan merupakan bagian terpenting dalam manajemen. Manajemen berhubungan langsung pada sumber daya manusia yang ada di dalam organisasi. Penerapan bahasa Inggris dilakukan satu minggu sekali, satu minggunya lagi untuk bahasa Arab. Berdasarkan hasil wawancara dengan media rekam peneliti kepada kepala devisi lembaga bahasa Pondok Pesantren Modern Sidogede, bahwa bahasa Inggris diterapkan melalui beberapa setrategi sebagai berikut:

4.4 Santri Baru

Strategi yang diterapkan pondok dalam proses penyesuaian santri baru dengan santri lama di tempatkan di asrama khusus, namun metode yang digunakan berbeda dengan santri yang lama dalam kurun waktu selama enam bulan. Pada waktu pagi hari sebelum sholat subuh santri di berikan tiga kosa kata dalam waktu tiga puluh menit. Pada waktu malam hari sebelum tidur setiap santri harus laporan terkait dengan kosa-kata yang dipelajari selama satu hari tersebut. Berbeda halnya dengan hari ahad para santri tidak diberikan kosa-kata melainkan dalam wujud pertanyaan. Sistem belajar atau latihan berbahasa Inggrisnya sama dengan hari-hari lainnya hanya saja berbeda dalam bentuk hapalan yang harus dipelajari santri, yaitu di hari biasa dalam bentuk kosa-kata sedangkan di hari ahad dalam bentuk pertanyaan dengan berpasang-pasangan namun tetap di bawah pengawasan detektif lembaga bahasa (santri senior).

4.5 Santri Lama

Sistem belajar bahasa Inggris pada santri yang lama hampir sama dengan santri yang baru, namun untuk santri yang lama ada sistem *rolling* satu minggu bahasa Arab, satu minggu bahasa Inggris dengan sistem dan cara yang sama, sebelum sholat subuh diberikan kosa-kata setoran hapalan kembali sebelum tidur pada malam hari. Sistem ini sudah berdasarkan peraturan dari pihak pengurus pusat tertinggi Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede yang disebut dengan *CLI (Central Langue Improvement)* dan diawasi oleh *LAC (Langue Advisory Council)*, dalam hal ini kegiatan serta peraturan tersebut dipertanggung jawabkan oleh Guru serta staf yang ada di lingkungan Pondok. Kegiatan tersebut diantaranya *Weekly meeting* dan Latihan pidato, *Weekly meeting* dilakukan dengan mengadakan

perlombaan pidato antara kamar santri.

4.6 Pengawasan

Sebuah organisasi tanpa pengawasan akan jauh dari pencapaian yang sebagaimana telah ditetapkan, karena tidak ada bagian yang bias dievaluasi sehingga perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan akan menjadi mentah tanpa hasil. Dalam hal ini sesuai dengan ketentuan serta bagian penugasan pengawasan dari divisi bahasa penerapan bahasa Inggris santri akan diawasi langsung oleh detektif bahasa (santri senior). Apabila ada santri yang tidak menggunakan bahasa Inggris maka santri tersebut akan mendapatkan sanksi dari divisi bahasa kecuali di luar asrama (pada saat jam pelajaran sekolah)

4.7 Prestasi

Prestasi merupakan pencapaian dari suatu usaha yang telah dikerjakan baik secara individu maupun kelompok. Prestasi sebagai puncak dari sebuah proses yang mampu menjadi tolak ukur sebuah kualitas. Namun tidak semua hal tersebut mampu dikaitkan dengan persepsi demikian. Prestasi yang nyata adalah ketika *out put*-nya mampu diserap langsung secara *real* baik di dalam maupun diluar instansi terkait. seperti halnya Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada narasumber (divisi bahasa) bahwasannya di setiap tahunnya ada beberapa santri yang pengabdian baik di dalam maupun di luar Pesantren Modern Nurussalam Sidogede (santri pilihan). Tahun 2020 Pondok tidak mengirimkan pengabdian karena pandemi.

4.8 Permintaan Ponpes Tersebut Dalam Bentuk Resmi dan Verbal.

Namun pada tahun 2018 dan 2019 Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir ada beberapa santri yang diminta untuk membantu (mengabdi) di luar Ponpes secara resmi maupun secara verbal. Permintaan tersebut sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan santri.

5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian di Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede Oku Timur, dapat disimpulkan bahwa manajemen marketing merupakan aturan atau seni dalam segi pemasaran *out put* yang dimiliki perusahaan.

1. Kemampuan bahasa Inggris santri Pondok Modern Nurussalam Sidogede cukup baik, hal ini bisa dilihat melalui kegiatan-kegiatan sebagai berikut:
 - a. Pengabdian para santri baik yang di dalam hingga luar pondok (pengajaran, pembimbing bahasa).
 - b. Pernah mengikuti berbagai lomba-lomba (pidato tingkat provinsi, *story telling*, dan *broadcast* video).
 - c. Pagelaran seni dengan tema bahasa inggris dalam bentuk drama, puisi kolosal dan lain-lain.
2. Pada dasarnya Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede ini tidak menampilkan strategi atau konsep khusus dalam manajemen marketingnya. Secara umum media sosialisasi pondok juga memanfaatkan *website*, *youtube chanel* (nurussalam.com), brosur (media cetak), jika ada yang meminta, selain pemanfaatan jaringan internet dan *medsos*, para alumni-alumni secara tidak langsung menjadi brosur berjalan sehingga masyarakat mampu mengenal secara *real* terkait kualitas yang dimiliki pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede. Pada realisasinya alumni dikenal melalui pengabdian. Pengabdian yang dimaksud ialah para santri yang sudah lulus terpilih

sesuai dengan kategori yang sudah ditetapkan sehingga terpilih untuk pengabdian baik di dalam maupun di luar pondok.

Pada dasarnya secara tidak langsung kemampuan berbahasa Inggris santri dengan manajemen marketing pondok saling berhubungan atau berkaitan antara satu sama lain. Hal ini bisa dilihat melalui *out put* yang dihasilkan (alumni), Sehingga menjadi brosur berjalan bagi pondok.

References (APA Style)

- Alwasilah, A. C. (2001). *Language, culture, and education: A portrait of contemporary Indonesia*. Bandung, Indonesia: CV. Andira.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chaer, Abdul dan Keraf, Gorys. 2006. *Tata Bahasa Praktis Bahasa Indonesia*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Crystal, D. 2000. *The Cambridge Encyclopedia of Language 3rd (Third) edition*. Cambridge University Press
- Hidayat, R. T. (2006). *Belajar Mudah Bahasa Inggris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo.
- Kusuma, Wijaya. 2009. *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: PT Indeks.
- McKay, S. L. (2003). EIL curriculum development. *RELC Journal*, 34 (31), 31-47
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, terj. Benjamin Molan, (Jakarta: PT Indeks, 2007),
- Reni Pujianti, *Peningkatan Pemahaman Membaca Narrative Text Berbahasa Inggris Melalui Scanning Technique Pada Santri Pondok Pesantren Miftahul Huda Cimahi*. Jurnal Empowerment Volume 6, Nomor 1 Februari 2017, ISSN No. 2252-4738
- Sulastri. 2008. *Peningkatan Keterampilan Berbicara Formal dalam Bahasa Indonesia Melalui Gelar Wicara*. Jakarta: UNJ.
- Suryana. 2008. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Tiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Tarigan, Djago, dan Tarigan, H.G. (1990) *Teknik pengajaran keterampilan berbahasa*. Bandung: Angkasa
- Tarigan, Henri Guntur. 2008. *Berbicara sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Tsui, A.B. M, & Tollefson, J.W. (2007). *Language policy and the construction of national cultural identity*. London: Lawrence Erlbaum