



MODEL-MODEL PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNTUK EKONOMI DAN INDUSTRI KREATIF

Pengantar:

Prof. Dr. M. Dachyar, M.Sc

Editor:

Dr. Arif Budi Satrio, M.Ak. | Dr. Dewi Murtiningsih, S.KH., MM

Yusri | A. Firsya Ariza | Hendra | Cristina Rut Clara Ines Br Sitinjak
Rio Saputra | Merri Sri Hartati | Yuyun Puji Rahayu
Ryan Firdiansyah Suryawan | Witri Elvianti | Ziecky Mardoni
Titi Indahyani | Henri Prasetyo | Dewa Ruci | Suciana Wijirahayu



MODEL-MODEL PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNTUK EKONOMI DAN INDUSTRI KREATIF

Oleh:

Yusri

A. Firsar Ariza

Hendra

Cristina Rut Clara Ines Br Sitingjak

Rio Saputra

Merri Sri Hartati

Yuyun Puji Rahayu

Ryan Firdiansyah Suryawan

Witri Elvianti

Ziecky Mardoni

Titi Indahyani

Henri Prasetyo

Dewa Ruci

Suciana Wijirahayu

YAYASAN FATIH AL KHAIRIYYAH





Model-Model Program Pengabdian kepada Masyarakat untuk Ekonomi dan Industri Kreatif

Hak Cipta © Asosiasi Dosen Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia (ADPI)
All Right Reserved

Penulis

Yusri

A. Firsar Ariza

Hendra

Cristina Rut Clara Ines Br Sitingjak

Rio Saputra

Merri Sri Hartati

Yuyun Puji Rahayu

Ryan Firdiansyah Suryawan

Witri Elvianti

Ziecky Mardoni

Titi Indahyani

Henri Prasetyo

Dewa Ruci

Suciana Wijirahayu

Editor

Dr. Arif Budi Satrio, M.Ak.

Dr. Dewi Murtiningsih, S.KH., MM

Penyunting

Dr. Amin Kuncoro, SE, MM, CIQnR

Sri Astuty Ratnasari Manggu, SE, M.Ak

Penata Letak dan Isi

Misdawita, S. Si., M. S. E

Ningsih Dewi Sumaningrum, S.KM., M.KKK.

Perwajahan Sampul dan Ilustrasi

Goesthy Ayu Mariana Devi Lestari, M.Sn.

Ady Santoso, S.I.Kom., M.Sn

Cetakan I, Maret 2023

ISBN: 978-623-91475-8-7

Penerbit

Yayasan Fatih Al Khairiyah

Jln. Syechburhanuddin, Pauh Kamar, Kec. Nan Sabaris, Kab. Padang

Pariaman, Sumbar 25571

E-mail: admin@adpi-indonesia.id



KATA PENGANTAR

Pembina ADPI



Assalamu'alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah, Rabb yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada teladan manusia, guru peradaban dan penutup bagi segenap risalah kenabian, Nabi Muhammad SAW, yang telah berjuang menegakkan syariat dengan kokoh di atas landasan yang kuat.

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia, khususnya Indonesia tak hanya menyerang kesehatan manusia tetapi juga segala aspek kehidupan, termasuk aspek ekonomi. Pandemi ini menyebabkan penurunan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pandemi ini juga mengakibatkan penurunan omzet pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Tak hanya itu, bahkan pandemi ini juga menurunkan potensi ekspor saat ini.

Pemulihan ekonomi nasional akibat pandemi Covid-19 harus dimulai dengan memulihkan UMKM di dalam negeri. Sebab, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, sebanyak 99% pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM dan menyerap 97% tenaga kerja. Menurut data Kementerian Keuangan tahun 2018, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional mencapai sekitar 60,34%. Secara jumlah, usaha kecil di Indonesia menyumbang PDB lebih banyak, yakni mencapai 93,4 persen, kemudian usaha menengah 5,1 persen, dan usaha besar hanya 1 persen saja. Namun data ini menurun sejak pandemi melanda, berdasarkan data Asosiasi UMKM Indonesia, kontribusi terhadap PDB pada 2020 mengalami penurunan sebesar 23 persen secara tahunan dari 60,3 persen menjadi 37,3 persen. Oleh sebab itu, diperlukan terobosan-terobosan agar omzet pelaku UMKM dan ekspor produk-produk Indonesia tidak hanya dipertahankan, namun bisa terus

ditingkatkan. Peningkatan ini salah satunya bisa dilakukan dengan mengedepankan sektor industri kreatif dan pasar digital.

Indonesia merupakan negara yang kaya dengan segala kearifan lokal yang dimiliki. Kearifan lokal ini dapat dikembangkan menjadi produk-produk industri kreatif yang dapat mendongkrak ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Departemen Perdagangan RI mengklasifikasikan industri kreatif ke dalam 14 sektor, yaitu: Arsitektur; Periklanan; Film, Fotografi, atau Video; Musik; Televisi dan Radio; Pasar Seni dan Budaya; Kerajinan; *Fashion*; Desain; Permainan Interaktif; Layanan Komputer dan Piranti Lunak; Seni Pertunjukan; Penerbitan dan Percetakan; serta Riset dan Pengembangan. Dalam perkembangannya, beberapa sektor industri ikut serta sebagai inkubator Industri kreatif seperti agrobisnis, kuliner, dan otomotif. Para pelaku bisnis dalam industri kreatif ini banyak didominasi oleh para pemilik industri kecil dan menengah.

Peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui industri kreatif sudah lama digalakkan di Indonesia. Pemerintah mulai mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif sebagai sumber ekonomi disamping bidang industri itu sendiri. Industri kreatif menurut Departemen Perdagangan RI tahun 2009, adalah industri yang bersumber dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki oleh individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja. Industri ini untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu. Perkembangan era industri kreatif memberikan peluang sekaligus menjadi tantangan bagi individu dan masyarakat untuk melahirkan berbagai kreativitas di berbagai bidang.

Pemberdayaan masyarakat melalui program pengabdian dosen bidang ekonomi dan industri kreatif memiliki peluang yang besar dalam memajukan kesejahteraan masyarakat. Program pengabdian ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan, pendampingan, pengembangan bakat, maupun edukasi terhadap masyarakat maupun pelaku industri kreatif. Hingga saat ini, dosen yang tergabung dalam Asosiasi Dosen Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia (ADPI), telah

aktif melakukan program pengabdian di berbagai bidang, khususnya bidang ekonomi dan industri kreatif.

Asosiasi Dosen Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia (ADPI) ini adalah asosiasi pemersatu dalam kegiatan pengabdian masyarakat dan peningkatan profesionalisme dosen. ADPI berdiri pada tanggal 27 Oktober 2017 dan bernaung di bawah Yayasan Fatih Al Khairiyah dengan badan hukum no. AHU-0004391.AH.01.04. 2019. ADPI adalah organisasi profesi yang anggotanya tersebar di 34 provinsi di Indonesia dengan berbagai keahlian sesuai dengan bidang keilmuan yang digelutinya di perguruan tinggi. ADPI mempunyai jaringan yang luas dengan berbagai perguruan tinggi di Indonesia baik perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta, pemerintah daerah, serta berbagai dunia usaha dan industri untuk berkolaborasi melaksanakan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud kepedulian dosen perguruan tinggi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta fenomena yang terjadi dalam kehidupan masyarakat di Indonesia.

Adapun visi ADPI adalah menjadi asosiasi dosen terbesar di Asia Tenggara di bidang pengabdian dan peningkatan profesionalisme dosen berdasarkan keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Ada lima misi ADPI, yaitu: (1) Menyelenggarakan program pengabdian kepada masyarakat yang berkualitas dalam berbagai bidang ilmu teknologi dan seni, (2) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang unggul dalam berbagai bidang ilmu teknologi dan seni, (3) Menyelenggarakan program peningkatan aktivitas publikasi karya tulis ilmiah para dosen baik nasional maupun internasional, (4) Meningkatkan skill kualitas profesionalisme dan kesejahteraan dosen yang tergabung dalam asosiasi, dan (5) Mengembangkan kemitraan dan jaringan kerja yang luas di negara-negara Asia Tenggara.

Anggota ADPI mempunyai beragam keahlian sesuai dengan bidang keilmuan yang didudukinya di perguruan tinggi baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Saat ini ADPI mempunyai jaringan yang luas dengan berbagai program tinggi di Indonesia, baik perguruan tinggi

negeri maupun perguruan tinggi swasta, pemerintah daerah, dan berbagai dunia usaha dan industri untuk berkolaborasi melaksanakan kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat sebagai wujud kepedulian dosen perguruan tinggi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta fenomena-fenomena yang terjadi dalam kehidupan masyarakat di Indonesia.

Buku ini adalah buku model-model program pengabdian dosen dalam bidang ekonomi dan industri kreatif yang dilakukan oleh dosen yang tergabung dalam ADPI. Buku ini menyajikan berbagai model dan tema yang beragam untuk aktivitas pengabdian kepada masyarakat yang dapat menjadi acuan bagi akademisi khususnya dosen di Indonesia.

Buku yang diberi judul "**Model-Model Program Pengabdian kepada Masyarakat untuk Ekonomi dan Industri Kreatif**" ini didedikasikan bagi masyarakat luas, baik akademisi maupun praktisi. Buku ini juga bertujuan agar dosen perguruan tinggi menemukan ide dan aktif melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat. Semoga dengan hadirnya buku ini dapat menjadi solusi dalam peningkatan ekonomi dan industri kreatif untuk kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat insan akademik di perguruan tinggi.

Padang, Januari 2023

Prof. Dr. M. Dachyar, M.Sc
Guru Besar Universitas Indonesia

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	v
Bagian 1. Strategi Perhitungan HPP dalam Percepat BEP Bagi Pemula Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif.....	1
Bagian 2. Edukasi Investasi Saham untuk Generasi Milenial.....	19
Bagian 3. <i>Indonesia Digital Marketing Insight</i>	35
Bagian 4. <i>Story Telling</i> Dalam Iklan Cetak.....	55
Bagian 5. Penggunaan Aplikasi Telegram Sebagai Ruang Kelas atau Pelatihan Online bagi Pelaku Usaha di Masa Pandemi.....	73
Bagian 6. Penerapan <i>Green Marketing</i> di Kampus.....	91
Bagian 7. Peluang dan Tantangan Optimalisasi Ekonomi Kreatif dalam Pasar Bebas MEA.....	111
Bagian 8. Mengukur Produktivitas Modal Bagi Wirausaha.....	127
Bagian 9. Pelatihan Pengembangan Desain dan Pengenalan Pameran Virtual Sebagai Pendukung Promosi Produk Unggulan Desa Wisata.....	147

Bagian 10. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Pesantren Sesuai Pedoman Akuntansi Pesantren dengan Komputerisasi.....	169
Bagian 11. Strategi Belajar Bahasa Inggris untuk Industri Kreatif di Masa Pandemi Covid-19.....	187
Daftar Pustaka.....	201
Biografi Penulis.....	209

Bagian 11

Strategi Belajar Bahasa Inggris untuk Industri Kreatif di Masa Pandemi Covid-19

Oleh : Suciana Wijirahayu



Di era 5.0, potensi industri kreatif sangat besar, bahkan mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Namun untuk mampu mengembangkan industri kreatif sampai ke kancah internasional diperlukan kemampuan berbahasa asing. Pemerintah sendiri melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mendukung adanya pelatihan bahasa asing untuk industri kreatif. Manfaat yang akan dirasakan industri kreatif setelah mengikuti pelatihan bahasa asing yaitu :

1. Memperluas Jaringan

Saat pelaku industri kreatif menguasai bahasa asing sesuai dengan tujuan pemasarannya, ia akan lebih mudah mencari relasi. Pihak klien asing pun akan lebih menghargai pelaku industri yang mampu menggunakan bahasanya.

2. Menguasai Bahasa Asing Sesuai dengan Kebutuhan

Pelatihan bahasa asing biasanya disesuaikan dengan kebutuhan industri kreatif. Pasalnya kebutuhan bisnis setiap perusahaan berbeda.

3. Menggunakan Bahasa Asing Secara Aktif

Dengan mengikuti pelatihan, pelaku industri kreatif dan karyawannya dapat melatih kemampuan berbahasa asing secara aktif sesuai dengan konteks bisnisnya. Dengan begitu, pelatihan yang dijalani menjadi aplikatif dan bermanfaat.

Menjalankan industri kreatif dengan kelas atau skala internasional, maka memerlukan kemampuan berbahasa Inggris yang baik sebagai alat komunikasi utama. Untuk mendatangkan investasi dengan jejaring dari luar negeri, maka bahasa Inggris sebagai bahasa internasional mutlak harus dikuasai.

Industri Kreatif

Industri kreatif adalah proses penciptaan, kreativitas, dan ide dari seseorang atau sekelompok orang yang dapat menghasilkan sebuah karya, tanpa mengeksploitasi sumber daya alam, serta dapat dijadikan produk ekonomi yang menghasilkan. Kreatifitas yang dihasilkan harus dapat membuka lapangan pekerjaan yang dibutuhkan. Oleh sebab itu, industri ini harus dikembangkan,

sebagai salah satu penopang perekonomian Indonesia. Mengingat semakin menipisnya sumber daya alam. Manfaat dari industri kreatif adalah

1. Untuk menggerakkan perekonomian nasional. Karena pada saat ini industri kreatif ini terus menjamur di masyarakat dan mulai menjadi lahan yang basah di era sekarang ini.
2. Industri kreatif ini harus diperhatikan oleh pemerintah supaya negara tidak hanya bergantung pada hasil-hasil bumi yang suatu saat mungkin bisa habis. Sedangkan di industri kreatif sendiri, orang-orang kreatif pasti akan terus bermunculan.
3. Industri kreatif ini juga menuntut pelaku untuk terus berinovasi dan kreatif.
4. Memaksimalkan SDM usia produktif untuk bisa bekerja sesuai dengan passion yang mereka miliki. Karena pada dasarnya industri kreatif ini dimulai dari minat atau passion dari seseorang.

Indonesia sendiri memiliki 14 jenis industri yang bisa dikategorikan sebagai kreativitas yang dihasilkan untuk menumbuhkan perekonomian masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu, Indonesia menjadi salah satu pilihan negara yang berpotensi untuk menumbuhkan industri tersebut, jenis-jenisnya antara lain :

1. Arsitektur
2. Periklanan
3. Film /Fotografi /video
4. Musik
5. Penerbitan
6. Pasar seni dan budaya

7. Kerajinan
8. Fashion
9. Desain
10. Permainan Interaktif
11. Web Desain
12. Seni Pertunjukan
13. Penerbitan dan Percetakan
14. Riset dan Pengembangan

Tantangan yang Dihadapi

Mahasiswa saat ini memasuki era digital dengan banyak pilihan profesi, salah satunya yang sedang populer adalah menjadi pelaku industri kreatif. Untuk bisa menjadi pelaku industri kreatif membutuhkan pengembangan karakter seperti kerjasama, adaptasi, berpikir kritis, berpikir kreatif, komunikasi dan sebagainya. Selain karakter, pengembangan dari aspek hard skill juga diperlukan. Salah satu hard skill yang perlu dikembangkan adalah kemampuan berbahasa Inggris.

Namun, mitra program pengabdian masyarakat yang merupakan mahasiswa anggota komunitas driver online dan para guru, menghadapi beberapa tantangan dalam pengembangan skill bahasa Inggris ini, yaitu :

1. Kecemasan

Belajar bahasa asing bagi sebagian orang merupakan hal yang tidak mudah. Peserta bisa jadi merasa kekhawatiran bahwa mereka tidak bisa menangkap materi pembelajaran dan tidak bisa segera mahir berbahasa Inggris. Ketakutan salah dalam belajar juga bisa menjadi salah satu faktor cemas yang muncul dalam benak peserta.

2. Kurangnya eksposur

Kurangnya perhatian dari para stakeholder dalam meningkatkan kemampuan bahasa Inggris para peserta membuat persoalan ini semakin tidak menemukan tempat untuk dicarikan solusinya.

3. Kurangnya kepercayaan diri

Kurang percaya diri juga menjadi tantangan tersendiri untuk peserta mengingat sekarang banyak dari remaja/pemuda sudah banyak menguasai bahasa Inggris. Ada kekhawatiran jika dianggap terlambat belajar dan kekhawatiran sulit dalam mengubah kebiasaan berbahasa karena dialog sehari-hari menggunakan bahasa Indonesia/bahasa lokal.

Strategi Pembelajaran Bahasa

Content Language integrated Learning (CLIL) yang lazim dikenal dengan 4C sebagaimana diajukan oleh Coyle (2010). Keempat komponen tersebut adalah content, communication, cognition, culture (community/citizenship). Content berkaitan dengan jenis bahasa apa yang digunakan (melaporkan, mempersuasi). Cognition berkaitan dengan jenis keterampilan berpikir yang dituntut berkenaan dengan topik (mengidentifikasi, mengklasifikasi). Culture berkaitan dengan muatan budaya lokal terkait topik).

Harmer (2012) menegaskan bahwa perbedaan CLIL dengan pengajaran bahasa Inggris pada umumnya adalah karena siswa menggunakan bahasa untuk belajar sedangkan yang umum adalah siswa belajar bahasa untuk kemudian digunakan untuk berkomunikasi. → Fokus dari CLIL adalah Content yaitu bidang studi, Communicative dengan menggunakan bahasa secara efektif,

Cognition yaitu kemampuan berpikir dan strategi belajar dan Culture dengan pemahaman budaya. Pada Abdimas ini budaya yang dimaksud sesuai dengan bidang studi diantaranya adalah budaya akademik (ilmiah) dan budaya bangsa (kearifan lokal) (Wijirahayu, 2021). Beberapa manfaat belajar melalui pendekatan CLIL adalah :

1. Peserta didik mendapatkan keuntungan dari kualitas pengajaran yang lebih tinggi dan dari masukan yang berarti dan dimengerti
2. CLIL dapat memperkuat kemampuan peserta didik untuk memproses input yang mempersiapkan mereka untuk keterampilan berpikir tingkat tinggi dan meningkatkan perkembangan kognitif
3. Memotivasi peserta didik untuk belajar materi tertentu melalui bahasa tertentu dapat menumbuhkan dan mempertahankan motivasi terhadap pembelajaran

Ada beberapa faktor penting yang harus diperhatikan dalam merencanakan sebuah pembelajaran menggunakan pendekatan pembelajaran CLIL yaitu :

1. Memilih materi
2. Memilih topik
3. Mempertimbangkan komunikasi dan penggunaan bahasa
4. Menyusun daftar kegiatan dalam pembelajaran
5. Menyusun penilaian

Strategi Langsung dan Tidak Langsung Dalam Pembelajaran Bahasa

Secara umum, ada 2 strategi pembelajaran bahasa yaitu strategi langsung dan strategi tidak langsung.

A. Strategi Langsung Pembelajaran Bahasa

1. Strategi Memori

Memori Strategis mengaitkan antara kosakata baru dengan image dan suara untuk pemahaman dan long term memory

2. Strategi Kognitif

Strategi kognitif adalah strategi untuk memahami bahasa dan menghasilkan atau melakukan produksi bahasa. Strategi ini dapat berwujud berbagai kegiatan seperti membetulkan kesalahan sendiri, menggunakan gerakan isyarat, melatih mengucapkan kata, menulis dalam buku catatan, membaca dari papan tulis dan menyimak media tertentu.

Gambaran bagaimana pengembangan strategi kognitif dalam belajar bahasa Inggris diantaranya adalah dengan strategi menganalisis dan menyimpulkan yang biasa digunakan oleh adult. Oxford (1990) menegaskan bahwa orang dewasa cenderung melakukan "reason out" ketika belajar bahasa asing.

Berbeda dengan anak-anak yang lebih spontan dalam belajar bahasa, untuk melewati fase ini orang dewasa perlu menggunakan strategi yang tepat dan bervariasi karena bila mereka tidak tepat atau terlalu banyak menggunakan strategi analyzing dan reasoning, maka fluency akan terhambat (Wijirahayu, 2017).

3. Strategi Kompensasi

Strategi kompensasi memungkinkan siswa menggunakan bahasa yang baru secara komprehensif dari keterbatasan pengetahuan bahasa yang ada. Strategi kompensasi

ditujukan untuk mengatasi hambatan tata bahasa khususnya perbendaharaan kata.

Strategi menebak yang juga disebut differencing yang meliputi lingkup secara linguistik maupun non linguistic yang luas untuk menebak makna atau arti ketika siswa tidak mengetahui keseluruhan kata -kata yang ada dalam sebuah ekspresi bahasa.

Seorang siswa yang belajar bahasa dengan baik saat dihadapkan pada ekspresi yang tidak diketahui akan menebak secara pintar. Sebaliknya, siswa yang belum mengenal cukup strategi belajar bahasa akan panik dan segera mencari kata -kata yang tidak dia ketahui di kamus. Hal tersebut yang menghambat peningkatan profisiensi. (Wiji Rahayu, 2018)

B. Strategi Tidak Langsung Pembelajaran Bahasa

1. Strategi Metakognitif

Strategi metakognitif adalah segala perilaku pembelajar yang berhubungan dengan taktik atau cara untuk menghadapi dan mengelola bahan belajar mengajar. Diwujudkan berbagai macam kegiatan yang dapat dimasukkan ke dalam 3 kategori berikut : memusatkan perhatian, merencanakan dan menyusun kegiatan belajar mengajar dan mengevaluasi proses belajar mengajar.

Yang termasuk dalam strategi metakognitif antara lain strategi "perhatian teratah" (memutuskan untuk lebih memusatkan perhatian pada aspek tertentu dari masukan bahasa yang diperoleh) dan strategi "pengelolaan diri" (berupaya menyajikan sendiri pemahaman kondisi yang

dapat membantu belajar dan berupaya untuk mengaturnya).

2. Strategi Afektif

Dengan metode CLIS menurut Harmer (2012) interaksi sosial di kelas sangat diperlukan terutama untuk mengurangi kecemasan mahasiswa karena mereka akan secara bersamaan mempelajari bahasa sekaligus materi yang sesuai dengan bidang studi. Sehingga mahasiswa harus berkolaborasi, bekerja berpasangan atau dalam grup untuk memecahkan masalah dan berbagi (melaporkan) apa yang mereka temukan. Pengajar dengan metode CLIL berusaha membantu mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman secara bertahap sehingga mereka mendapatkan pemahaman. Sedangkan mahasiswa dituntut untuk menggunakan metacognitive skills untuk memikirkan strategi dalam belajar lebih mandiri. Dengan kata lain mahasiswa dituntut untuk berpikir secara kreatif

3. Strategi Sosial

Strategi cara belajar untuk melakukan interaksi dengan pelajar lain dan penutur asli. Strategi ini berkaitan dengan aktivitas mediasi sosial dan interaksi dengan orang lain. Strategi ini berhubungan erat dengan lingkungan sosial pembelajar serta lingkungan sosial pengguna bahasa yang dipelajari. Wujud kegiatannya antara lain dengan bertanya (mengklasifikasi, memverifikasi, minta koreksi), bekerja sama (dengan teman atau native speaker) serta berempati dengan orang lain (pemahaman lintas budaya dan eksistensi orang lain)

Selain berbagai teori pembelajaran bahasa di atas, ada juga pendekatan pembelajaran bahasa menyeluruh (whole language). Whole Language Approach adalah suatu pendekatan terhadap pembelajaran bahasa secara utuh. Artinya, dalam pengajaran bahasa kita mengajarkannya secara kontekstual, logis, kronologis dan komunikatif serta menggunakan setting yang riil dan bermakna. Pendekatan

Whole Language Approach terdapat hubungan yang interaktif antara mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis. Belajar bahasa harus terintegrasi ke dalam bahan terpisah dari semua aspek kurikulum. Artinya, pembelajaran bahasa yang terpadu dengan perkembangan motorik, sosial, emosional, dan kognitif juga pengalaman, media, dan lingkungan.

Program Pendampingan PKM untuk Menjawab Tantangan

Tantangan pembelajaran bahasa yang sudah dipaparkan di awal harus diatasi. Inspirasi dari teori strategi pembelajaran bahasa bisa diramu menjadi tawaran solusi dalam program pendampingan PKM kali ini.

Materi pendampingan PKM berupa pengalaman penelitian tindakan kelas dengan media integratif berbasis daring (Wijirahayu & Syarif, 2019) dan aplikasi media comic maker untuk pengajaran menulis, self video recording untuk speaking. Cara yang beragam ini digunakan karena aplikasi variasi strategi belajar bahasa dan media digital dapat meningkatkan kreatifitas mahasiswa (Wijirahayu, Priyatmoko & Hadianti, 2019)

1. Metode Integratif untuk Melatih Kemampuan Membaca dalam Bahasa Inggris

Sekarang ini, video tidak harus dengan menggunakan aplikasi yang rumit. Bisa juga dengan menggunakan aplikasi yang biasa digunakan sehari-hari seperti power point dengan kreasi. Dengan media visual yang menarik, orang akan lebih tertarik untuk membaca informasi yang ada di dalamnya dan merasa tidak membosankan karena tidak hanya berupa tulisan saja.

2. Aplikasi Media Comic Maker untuk Pengajaran Menulis

Dilihat dari segi kemampuan menulis mahasiswa, kemampuan mereka masih tergolong rendah, kreatifitas dalam mengembangkan topik kurang dan bagi mereka menulis adalah kegiatan yang membosankan. Tentu saja hal ini menjadi masalah yang harus segera diatasi.

Banyak penelitian yang telah dilakukan dan menyatakan bahwa media pembelajaran berupa komik mampu membantu pengajar dalam mencapai tujuan pembelajaran yaitu meningkatkan kemampuan akademik siswa (Rokhayani et al., 2014), (Hasianta et al., 2014), (Megawati & Anugerahwati, 2012), (Najogi et al., 2019)(Ana, 2015), (Rokhayani et al., 2014) dan (Mardhiyana & Nasution, 2018). Selanjutnya, penelitian lain dilakukan dengan menggunakan media pembelajaran berupa komik digital (Fatimah et al., 2019), (Riwanto & Wulandari, 2018), (Anggraini, 2014), (Deligianni-Georgaka & Pouroutidi, 2016) dan (Vency & Ramganesh, 2016). Penelitian tersebut telah membuktikan bahwa komik digital mampu untuk meningkatkan kemampuan akademik siswa serta motivasi mereka dalam belajar yang diketahui melalui hasil belajar siswa dan juga pengisian kuesioner.

Penggunaan software Cartoon Story Maker sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan menulis bahasa Inggris mahasiswa. Pemilihan software tersebut adalah karena penggunaannya yang terbilang sederhana, namun tetap dapat mencapai tujuan pembelajaran dengan pembelajaran yang menarik dan meningkatkan kreativitas mahasiswa.

3. Self Video Recording untuk Speaking

Salah satu media yang dapat meningkatkan kemampuan berbicara mahasiswa adalah membuat rekaman video. Self recording video adalah membuat rekaman video bahasa Inggris berdasarkan setiap materi yang diajarkan dengan topik yang ditentukan.

Penerapan self video recording dapat menarik perhatian mahasiswa untuk fokus memperhatikan materi ajar saat proses belajar mengajar. Selain itu juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berbicara bahasa Inggris. Oleh karena itu, mahasiswa harus praktek berbicara karena dengan banyak latihan mahasiswa akan terbiasa menggunakan bahasa Inggris dan keterampilan berbicara mereka menjadi lebih lancar.

Dalam penggunaan media belajar ini, mahasiswa juga dibimbing oleh penulis mulai dari tahapan sebelum merekam hingga memberikan feedback pasca merekam video.

Penutup

Pengembangan strategi berbahasa Inggris perlu dilakukan secara sengaja dengan training strategi secara simultan. Konten

dan konteks dapat disesuaikan dengan tujuan pelatihan diantaranya pengembangan karakter mahasiswa terintegrasi dengan industri kreatif.

Bahasa Inggris yang digunakan pada media berupa video dengan materi pengembangan usaha online dengan modal minimalis dapat memotivasi dan meningkatkan kemampuan mahasiswa anggota komunitas driver online mitra PKM di masa pandemi dan menginspirasi guru mitra Abdimas untuk menambahkan konten berbahasa Inggris terintegrasi dengan tema mata pelajaran yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian 1

Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*. Bandung: Salemba Empat.

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/13/kupas-tuntas-perkembangan-ekonomi-kreatif-indonesia-dari-sisi-pemerintah-dan-pelaku-usaha>

<https://blog.transfez.com/hambatan-ekonomi-kreatif/>

<https://blog.gamatechno.com/mengelola-keuangan-bisnis/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/cara-menghitung-break-even-point-bep-dan-contoh/>

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/13/kupas-tuntas-perkembangan-ekonomi-kreatif-indonesia-dari-sisi-pemerintah-dan-pelaku-usaha>

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/13/kupas-tuntas-perkembangan-ekonomi-kreatif-indonesia-dari-sisi-pemerintah-dan-pelaku-usaha>

<https://blog.transfez.com/hambatan-ekonomi-kreatif/>

Bagian 2

<https://tirto.id/gtsr/Tips-Mengatur-dan-Mengelola-Keuangan-Bagi-Generasi-Milenial/>

<https://avrist.com/lifeguide/2020/01/31/pengelolaan-keuangan-milenial-dan-gen-z-generation-gap/>

<https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/perkembangan-investasi-e-commerce-di-indonesia>

<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/siaran-pers/readmore/2434501/76401>

https://www.hsbc.co.id/1/PA_esf-ca-app-content/content/indonesia/personal/offers/news-and-

lifestyle/files/articles/html/201906/jenis-jenis-investasi-yang-populer-di-indonesia.html

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10433>

<https://bmoney.id/blog/pengertian-investasi-saham-116609>

<https://dailysocial.id/post/investasi-saham>

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10433>

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220603104414-17-344039/catat-ini-7-tips-beli-saham-bagi-investor-pemula>

Bagian 3

<https://binus.ac.id/knowledge/2021/12/bagaimana-covid-19-mengubah-perilaku-manusia/>

<https://pdfs.semanticscholar.org/e21a/cb2a24d2d23d0db596edeb a2c43f800caad9.pdf>

<https://fisip.ui.ac.id/tagar/fisip-ui/page/8/>

<https://katadata.co.id/agustiyanti/finansial/606fdc5029e4d/keyakinan-konsumen-membaik-dekati-zona-optimistis-berkat-vaksinasi>

<https://ezy.co.id/perubahan-perilaku-konsumen-selama-pandemi/>

<https://binus.ac.id/knowledge/2021/12/bagaimana-covid-19-mengubah-perilaku-manusia/>

https://think.storage.googleapis.com/docs/YIS_Indonesia_Bahasa_Digital_V02.pdf

<https://123dok.com/document/yr3lokoj-year-in-search-indonesia.html>

Bagian 4

Kurniullah, A. Z. (2017). Konsep Transmedia Storytelling Pada Iklan Cetak Mobil Volkswagen Dengan Media Augmented Reality. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 2(02), 12-22.

Kotler, P. (2002). *Marketing Management*, Millenium Edition North Western University New Jersey, Prentice Hall Inc. hal. 658

<https://www.gramedia.com/best-seller/story-telling/>
<https://www.wallstreetenglish.co.id/english-tips/definisi-storytelling-dan-tipsnya/>
<https://glints.com/id/lowongan/storytelling-adalah/#.Y1FMfHZBzIU>
<https://blog.skillacademy.com/storytelling-marketing-adalah>
<https://redcomm.co.id/knowledges/teknik-storytelling-yang-bisa-anda-lakukan-untuk-menarik-hati-pelanggan?readmore=true>
<https://blog.skillacademy.com/storytelling-marketing-adalah>
<https://qwords.com/blog/apa-itu-storytelling/>
<https://komerce.id/blog/perusahaan-dengan-storytelling-memukau/>
<https://blog.skillacademy.com/perbedaan-hard-selling-dan-soft-selling>
<https://www.jurnal.id/id/blog/menciptakan-brand-storytelling/>
<https://redcomm.co.id/knowledges/cara-menerapkan-storytelling-dalam-pembuatan-content-marketing?readmore=true>

Bagian 5

<https://bobo.grid.id/read/08674722/telegram-cara-orang-zaman-dulu-mengirim-pesan>
<https://www.hukumonline.com/berita/a/ojk-dukung-dan-tindaklanjuti-perppu-stabilitas-sistem-keuangan-lt5e86b02de9d54>
<https://blog.elevenia.co.id/cara-melihat-status-wa-tanpa-berteman/>

Bagian 6

<https://lindungihutan.com/blog/green-marketing/>
<https://www.ekrut.com/media/green-marketing-adalah>
<https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-green-marketing/#.Y1KVmv0xcvl>

https://accurate.id/marketing-manajemen/green-marketing/#Kendala_Green_Marketing
<https://haikal.unimed.eu.org/>
<https://edoc.pub/green-marketing-pdf-free.html>
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/183186/>
<https://www.gIngirwn.com/blog/contoh-pemasaran-hijau/>

Bagian 7

- Ashariyadi. (2016). Mewujudkan UMKM Berdaya Saing di Era MEA, *Masyarakat ASEAN*. Kementerian Luar Negeri Indonesia.
- Adryamarthanino, V. (2022). Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA): Pembentukan, Tujuan, dan Manfaat. *Kompas. Com*.
- Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia. (2016). *Pemetaan dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 dan Pasca MEA 2025*. Jakarta: Bank Indonesia.
<https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Documents/>
- Fitriadi, Y., Novita, W., & Kelana, A. S. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner di Kota Padang. *Jurnal Ekobistek*, 65-74.
- Howkins, J. (2007). *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Penguin Books.
- <https://bamai.uma.ac.id/2022/11/23/pengertian-ekonomi-kreatif-ciri-ciri-jenis-dan-manfaatnya-bagi-negara-indonesia/>
- Santos-Duisenberg, Edna dos. (2008), "Creative economy: Is it a feasible development option?", in *Creative economy as a development strategy: A view of developing countries*. Ana Carla Fonseca Reis (ed.), Sao Paulo: Itau Cultural.
- <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-ekonomi-kreatif/>
<https://accurate.id/ekonomi-keuangan/pengertian-ekonomi-kreatif/>
<https://katadata.co.id/intan/berita/6204d1270bea7/ekonomi-kreatif-adalah-ciri-dan-subsektornya>
https://kemlu.go.id/portal/id/read/113/halaman_list_lainnya/masyarakat-ekonomi-asean-mea

- <https://www.ugm.ac.id/id/berita/19821-umkm-aktor-penting-dalam-masyarakat-ekonomi-asean>
- [https://kemlu.go.id/Potensi UMKM Indonesia Menggapai Pasar ASEAN, Masyarakat ASEAN/](https://kemlu.go.id/Potensi%20UMKM%20Indonesia%20Menggapai%20Pasar%20ASEAN,%20Masyarakat%20ASEAN/)
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/19/perekonomian-kabupaten-bekasi-terbesar-di-jawa-barat-pada-2020>
- <https://nasional.kompas.com/read/2022/07/21/16385771/mengenal-paradiplomasi-sejarah-dan-implementasinya-di-indonesia>

Bagian 8

- Azra, A. T. (2019). Analisis Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Jenis Usaha Terhadap Laba Usaha Mustahik (Studi pada UMKM Binaan BAZNAS Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 5.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1).
- Prayoga. (2021). Determinan Berwirausaha di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*, 1(2).
- Santosa, I. (2014). Masalah dan Tantangan Pengembangan kewirausahaan pada kalangan mahasiswa di Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(03), 203-207.
- <https://www.kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-butuh-4-juta-wirausaha-baru-untuk-menjadi-negara-maju>
- <https://podomorouniversity.ac.id/mengenal-modal-usaha-dan-cara-mendapatkannya/>
- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15254/ROI-vs-IRR-Dua-Ukuran-Profitabilitas-yang-Membantu-Investor-Membuat-Keputusan.html>
- <https://www.merdeka.com/jatim/cara-menghitung-npv-beserta-pengertian-dan-rumusny-pelajari-selengkapny-klm.html>

<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/04/01/cara-menghitung-npv>

Bagian 9

Prasetyo, H., & Sulistyarso, H. (2017). Arahana Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Tulungrejo, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2), C269-C272.

Jurnal, C. A. R. E., & Rahma, N. A. A. R. (2021). Kemampuan Masyarakat Dalam Mengungkap Potensi Desa (Sebuah Aksi Partisipatoris Dalam Perencanaan Desa Wisata Di Desa Tritik, Nganjuk). *Jurnal Resolusi Konflik, CSR dan Pemberdayaan (CARE)*, 6(1), 82-90.

<https://indonesiabaik.id/videografis/indonesia-punya-ribuan-desa-wisata>

<https://baktinews.bakti.or.id/artikel/mengelola-potensi-wisata-pedesaan>

<https://sdgs.un.org/goals>

<https://baktinews.bakti.or.id/artikel/mengelola-potensi-wisata-pedesaan>

<https://baktinews.bakti.or.id/artikel/mengelola-potensi-wisata-pedesaan>

Bagian 10

Hasan, M. (2015). Perkembangan Pendidikan Pesantren di Indonesia. *TADRIS: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 55-73.

Mas'ud, A. (2002). *Dinamika Pesantren dan Madrasah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Nasir, M. R. (2005). *Mencari tipologi format pendidikan ideal: pondok pesantren di tengah arus perubahan*. Pustaka pelajar.

Rais, A. (1989). *Cakrawala Islam, Antara Cita Dan Fakta*. Bandung: Mizan.

IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia) & BI (Bank Indonesia), 2018
"pedoman Akuntansi Pesantren".
<https://goodstats.id/infographic/provinsi-dengan-jumlah-pesantren-terbanyak-CQV1T#>:

Bagian 11

- Coyle, D. (2010). CLIL: A pedagogical approach from the European perspective. In *Second and foreign language education* (pp. 97-111). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Deligianni-Georgaka, A., & Pouroutidi, O. (2016). Creating digital comics to motivate young learners to write: a case study. *Research Papers in Language Teaching and Learning*, 7(1), 233.
- Fatimah, A. S., Santiana, S., & Saputra, Y. (2019). Digital comic: an innovation of using toondoo as media technology for teaching English short story. *English Review: Journal of English Education*, 7(2), 101-108.
- Harmer, J. (2012). *The Practice of English Language Teaching*, England: Pearson Education Limited.
- Najogi, J., & Adnan, A. (2019). Using Peer Correction towards Students Writing Ability In Writing Analytical Exposition Text At Senior High School. *Journal of English Language Teaching*, 8(1), 127-138.
- Riwanto, M. A., & Wulandari, M. P. (2018). Efektivitas Penggunaan Media Komik Digital (Cartoon Story Maker) dalam Pembelajaran Tema Selalu Berhemat Energi. *Pancar*, 2 (1), 14-18.
- Rokhayani, A., & Utari, A. R. P. (2014). The use of comic strips as an English teaching media for junior high school students. *Language Circle: Journal of Language and Literature*, 8(2).
- Trisnadewi, K., Brahma, A. A. G. R. W., & Monny, M. O. E. (2020). Pemanfaatan cartoon story maker, sebuah teknologi komik digital sebagai media pembelajaran menulis bahasa Inggris. *Paedagogia: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Kependidikan*, 11(2), 179-187.

- Vency, H. J., & Ramganesh, E. (2016, February). Digital Comics in the Clil Classroom: Exploiting the Synergies. In National Conference on Higher Education in The Knowledge Age: Techno-Pedagogical Perspectives and Innovations (p. 150).
- Wijirahayu, S. (2019). Laporan Penelitian PDK Batch 2. Project Report. Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
- Wijirahayu, S., Syarif, M.,S. (2019). Pengembangan Media Integratif Bahasa Inggris untuk Siswa di Pendidikan Dasar. Jurnal SOLMA volume.8, No.2. Oktober.
- Wijirahayu, S. (2017). Strategi Belajar Bahasa Inggris sebagai Bahasa Asing dari Perspektif Keyakinan Guru.Artikel dipresentasikan di Konferensi Nasional Pascasarjana PTM ke-5 di Sidoarjo.
- Wijirahayu, S., Priyatmoko, H., Hadianti,S. (2019). Critical, Logical & Creative Thinking in a Reflective Classroom Practices. International Journal of English Teaching (IJET) volume. 8, Issue 1. June 2019
- <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/industri-kreatif-adalah/>

BIOGRAFI PENULIS



Yusri, S.E., M.M., CRA., CRP., CNPSP., lahir 02 Februari 1986 di Kota Banjarmasin provinsi Kalimantan Selatan, menyelesaikan pendidikan , S1 Akuntansi tahun 2011 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin dan S2 Manajemen Konsentrasi Manajemen Keuangan tahun 2014 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin . Sertifikasi Nasional

Bergelar Profesi Lisensi BNSP *Certified Risk Associate* dan *Certified Risk Professional* tahun 2020. Dosen Luar Biasa Akademi Sekretaris Manajemen Indonesia Citra Nusantara sejak tahun 2017 dan sebagai Dosen Tetap Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Humaniora Universitas Sari Mulia. Menduduki Jabatan sebagai Ketua Jurusan Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Sari Mulia untuk masa bakti 2019-2023.



A.Firsa Ariza, SE., MM kelahiran Banjarmasin, 24 Juli 1993. lulusan sarjana dengan dua kampus yaitu pada Universitas Airlangga (2011-2013) dan STIE Banjarmasin (2013-2016), Lanjut ke program pasca sarjana pada Universitas Lambung Mangkurat (2016-2019). Sekarang adalah dosen manajemen di

Universitas Sari Mulia. Pekerjaan awalnya pada tahun 2013 adalah budidaya ikan patin sampai sekarang masih aktif. Tahun 2017 mulai menjadi investor Pasar Saham Indonesia sampai sekarang, dan tahun 2020 memulai bisnis Sarang Burung Walet hingga sekarang.



Dr. Hendra SE, M.Si, Pemasaran Digital Tersertifikasi oleh Google, Inc. dan Fasilitator MarkPlus Dalam Merek, Penjualan, dan Layanan, seorang Doktor dalam Pemasaran Digital. Ia adalah Akademisi serta Ketua Bidang Penelitian & Pengembangan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia dan AMA Medan DM.



Cristina Rut Clara Ines Be Sijinjak, seorang mahasiswi di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia jurusan D4 Manajemen Pemasaran Internasional.



Rio Saputra, M.Pd. Lahir di Argamakmur, 18 Maret 1990. Jenjang S1 ditempuh pada Program studi Pendidikan Bahasa Indonesia (PBI), FKIP UM Bengkulu tahun 2007, S2 tahun 2016 di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA) Jakarta jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia. Sekarang sebagai Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (S1) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Muhammadiyah Bengkulu sejak tahun 2019. Sejak tahun 2020-Sekarang menjabat sebagai Kepala Bidang Pengembangan Pendidikan (PP) dan Audit Mutu Eksternal (AME) Lembaga Penjaminan Mutu dan Pengembangan Pendidikan (LPMPP) UM Bengkulu.



parenting dan literasi.

Dr. Merri Sri Hartati, M.Pd., Lahir di Kota Pagaralam tahun 1987. S1 dan S2 Pendidikan Biologi di Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Merri menyelesaikan studi Doktorat di Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2020. Dosen pada Program Pascasarjana Magister Pendidikan Biologi Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Ia sangat tertarik dengan dunia



untuk kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian. Beberapa buku penulis dari hasil kolaborasi beberapa penulis, di antaranya Pengantar Regresi dan Aplikasinya serta Dunia Ilmu Ekonomi dan Manajemen. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah dan narasumber di berbagai kegiatan.

Yuyun Puji Rahayu, SP., M.Dev.Econ.(Adv). Penulis merupakan

Dosen Ekonomi di Universitas Papua sejak tahun 2006. Saat ini, merupakan ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan. Selain pendidikan formal, penulis juga aktif di organisasi tingkat nasional untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya

Ryan Firdiansyah Suryawan., S.E., M.M. mengawali karirnya sebagai Staf Produksi pada perusahaan Elektronik di Jababeka, selanjutnya sebagai . Kemudian melanjutkan karir profesional pada bidang pendidikan sebagai Staf Kemahasiswaan, selanjutnya menjabat menjadi Kepala Lembaga Penjaminan Mutu dan Sampai



saat ini menjabat sebagai Ketua PTS di Jakarta, juga berkarir sebagai dosen sampai saat ini, reviewer pada jurnal indeks nasional dan internasional, dengan memiliki hasil penelitian dan artikel terindeks Sinta, Scopus dan Internasional. Saat ini berkecimpung di Asosiasi Dosen Pengabdian Kepada Masyarakat (ADPI) sebagai dewan pembina ADPI Wilayah DKI Jakarta dan mendirikan Asosiasi Researcher Indonesia (ASRI).



Witri Elvianti, MA., Salah satu dosen tetap di jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Humaniora, Universitas Presiden, Cikarang, Bekasi, Jawa Barat. Menempuh pendidikan sarjana dalam Ilmu Hubungan Internasional pada Jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan jenjang Master dalam Ilmu Hubungan Internasional, di School of Politics and International Relations, the University of Nottingham, UK (2011). Pada tahun 2013, Witri berhasil terpilih dalam program pembiayaan penelitian oleh AMAN dan Thai Research Fund, Thailand Bangkok dalam skema Research Grant for Young Southeast Asian Muslim Scholars.



Ziecky Mardoni, SE, ME, seorang dosen di Universitas Putra Indonesia YPTK Padang. Lahir di Payakumbuh, 25 Maret 1975. Menamatkan pendidikan jenjang S1 di STIE KBP Padang dan S2 di Universitas Negeri Padang.



Titi Indahyani S.Sn, M.M, Ph.D adalah staf pengajar Jurusan Desain Interior, School of Design, Universitas Bina Nusantara, Jakarta. Titi mendapatkan beasiswa dari Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (DIKTI) Indonesia untuk melanjutkan studi program Ph.D di School of Design, Creative Industries Faculty, Queensland University of Technology (QUT) di Brisbane, Australia dan lulus pada tahun 2018. Minat penelitiannya terkait dengan inovasi, design thinking, social entrepreneurship, ethical business practice, dan sustainable living. Penelitiannya saat ini terkait dengan pengembangan ruang belajar virtual, pengembangan desa wisata melalui sektor industri kreatif, serta pemanfaatan bahan limbah sebagai material pengganti pada rancangan desain interior, furniture dan aksesoris interior sebagai keunggulan kompetitif dan memberikan nilai tambah produk UMKM. Pengalamannya lebih dari 30 tahun sebagai profesional dalam bidang desain interior secara keseluruhan, seperti konsultan desain, konstruksi desain, ritel, procurement, manajemen properti, dan pengembangan bisnis. Di bidang kegiatan sosial, ia memiliki fokus pada kemajuan pendidikan karakter bagi anak-anak (seperti anak berbakat, anak marginal, dan anak berkebutuhan khusus) dan pemberdayaan perempuan.



Henri Prasetyo, M.Ak., Dosen akuntansi di Politeknik Negeri Pontianak tahun 2019, dilahirkan di Semarang, 24 Maret 1992. Lulusan sarjana akuntansi di Universitas Dian Nuswantoro tahun 2014 dan magister Akuntansi di Universitas Tanjungpura tahun 2018. Pengelola jurnal Eksos dan Kapuas di Politeknik Negeri Pontianak dari tahun 2019 hingga saat ini.