



Sosialisasi Kepada Masyarakat: Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Pendapatan pada Wisata Bukit Condong

Elysa Octadina ¹, Irma Aulia Saputri ², Jusman ³, Reski Permana ⁴, Syafrizal ⁵, Wina Sapriyanti ^{6*}

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri, Kecamatan Tembilahan Hulu, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau, Indonesia.

⁴ Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri, Kecamatan Tembilahan Hulu, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau, Indonesia.

⁵ Pembimbing Lapangan, Universitas Islam Indragiri, Kecamatan Tembilahan Hulu, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau, Indonesia.

⁶ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri, Kecamatan Tembilahan Hulu, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau, Indonesia.

Corresponding Email: winasapriyanti1404@gmail.com ⁶

Article History:

Received: Sept 10th 2022

Revised: Oct 16th 2022

Accepted: Oct 26th 2022

Published: Oct 30th 2022

Keywords: *Socialization; Marketing Strategy; Increased Revenue; Condong Hill Tour.*

Abstract: *The purpose of this service activity is to provide socialization to the community in implementing the Bukit Condong marketing strategy in order to increase the number of domestic and non-domestic tourist visits. The implementation of this service activity carried out by the author uses interview survey methods and direct discussions and observations as well as discussions with the community. From the results of the activities and analyzed descriptively using the marketing concept, it was concluded that tourism objects have the greatest marketing potential in providing customer satisfaction, so they are worthy of being promoted and marketed in the national tourism market in particular.*

Pendahuluan

Pariwisata merupakan kegiatan fenomena ritual inversi. Ritual inversi adalah kecenderungan seseorang untuk mengunjungi tempat baru yang berbeda dari lingkungan atau tempat biasa mereka tinggal dalam waktu sementara, bertujuan untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan baru, atau sekedar melepaskan kepenatan [1]. Oleh karena itu, wisatawan akan cenderung mencari tempat-tempat yang indah, unik, serta berbeda dari tempat biasanya mereka hidup untuk sementara. *World Tourism Organization* (WTO) mendefinisikan wisata adalah orang yang melakukan perjalanan untuk kesenangan dalam periode waktu tertentu [2]. Ekowisata adalah kegiatan wisata yang berbasis ekologi [3]. Perkembangan ekowisata disebabkan oleh semakin langkanya tatanan alam yang memiliki keaslian dan kekhasan [4], semakin meningkatnya isu lingkungan hidup, semakin meningkatnya kebijakan negara-negara untuk melindungi potensi alam dan budayanya, semakin meningkatnya sarana dan



prasarana perhubungan baik antar kota, wilayah ataupun antar negara dan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perlindungan dan pelestarian alam

Dalam perkembangannya pariwisata orang melakukan perjalanan sudah merupakan suatu kebutuhan hidup [5]. Pariwisata tentu membantu perekonomian dan pendapatan baik secara berkelompok maupun individu [6]. Namun bagaimana caranya untuk meningkatkan pendapatan tersebut?. Tentu pendapatan akan meningkat jika wisatawan atau pengunjung meningkat, sehingga kita dihadapkan pada persoalan untuk menata, merancang dan menyajikan produk wisata yang menarik, yang mampu membuat wisatawan tertarik dan berminat. Dan hal ini biasanya tidak terlepas dari strategi pemasaran atau promosi wisata. Strategi pemasaran sangat diperlukan dalam bidang pariwisata, yaitu salah satunya Bukit Condong dikelurahan Selensen.

Salah satu wisata yang dimiliki kabupaten Indragiri Hilir adalah Bukit Condong [7,8]. Destinasi ini terletak di Kelurahan Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir Riau yang merupakan bagian dari kawasan Taman Nasional Bukit Tiga Puluh (TNBT). Bukit yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Olahraga dan Kebudayaan (Disparporabud) Kabupaten Indragiri Hilir itu, setiap harinya dikunjungi kurang lebih 1000 wisatawan-wisatawan lokal dan interlokal. Selensen merupakan salah satu Kelurahan dari dua belas desa yang ada di Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau Indonesia [9], yang berbatasan dengan provinsi jambi dan Indragiri hulu riau, adapun di antara dua belas desa tersebut yaitu Kelurahan selensen, Desa air balui, Desa batu ampar, Desa tuk jimun, Desa kemuning muda, Desa kemuning tua, Desa keritang, Desa limau manis, Desa lubuk besar, Desa sekara, Desa sekayan dan Desa talang jangkang. Dan di Wilayah Kelurahan selensen memiliki beberapa bidang kelembagaan masyarakat yaitu, terdapat 11 RW dan 24 RT, 1 buah lembaga adat melayu (disebabkan karena masyarakat kelurahan selensen mayoritas penduduknya bersuku melayu), 1 buah karang taruna, kemudian PKK dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM).

Strategi pemasaran wisata juga diperlukan dalam promosi wisata Bukit Condong. Strategi pemasaran merupakan kegiatan yang penting dilakukan, baik dalam perusahaan pemerintah maupun swasta [10]. Adanya strategi pemasaran yang tepat maka dapat menjadi penentu suksesnya tujuan, adanya pemasaran atau promosi yang baik maka dapat menginformasikan, mempengaruhi, mempererat hubungan obyek wisata tersebut dengan wisatawan [11,12]. Tujuan utama dari strategi pemasaran adalah untuk mengenalkan keberadaan Bukit Condong kepada masyarakat luas, baik di wilayah riau sekitarnya maupun di wilayah luar kota atau pun luar negeri dengan tujuan untuk membidik wisatawan domestik dan nondomestik untuk mencapai target yang diinginkan. Memiliki strategi pemasaran akan memaksimalkan tujuan pemasaran sehingga obyek wisata akan selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan [13]. Dengan banyaknya kunjungan wisatawan tentu berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan Bukit Condong.

Metode

a. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode survei wawancara dan diskusi secara langsung dan observasi serta dilakukannya



diskusi dengan masyarakat. Berdasarkan metode ini diharapkan penulis dapat mengetahui permasalahan ataupun kendala masyarakat dalam pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan pendapatan pada wisata bukit condong kelurahan selensen, kecamatan kemuning, yang diharapkan dapat membantu para kinerja anggota untuk mendapatkan hasil yang maksimal bahkan meningkatkan perekonomian masyarakat. Metode awal yang dilakukan oleh tim pengabdian adalah wawancara untuk mendapatkan informasi. Menurut Poerwandari (1998) secara umum kita dapat membedakan tiga pendekatan dasar dalam memperoleh data kualitatif melalui wawancara yaitu [14]:

1) Wawancara informal

Proses wawancara didasarkan sepenuhnya pada berkembangnya pertanyaan-pertanyaan secara spontan dalam interaksi ilmiah. Tipe wawancara ini umumnya dilakukan tim pengabdian yang melakukan observasi partisipasif

2) Wawancara dengan metode umum

Dalam proses wawancara ini, tim pengabdian dilengkapi pedoman wawancara yang sangat umum, yang mencantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menentukan urutan pertanyaan, bahkan tanpa bentuk pertanyaan eksplisit

3) Wawancara dengan pedoman terstandar yang terbuka

Dalam bentuk wawancara ini pedoman wawancara ditulis secara rinci, lengkap dengan set pertanyaan dan penjabaran dalam kalimat.

Dalam penulisan ini, tim pengabdian menggunakan metode wawancara dengan pedoman umum untuk mengumpulkan data dari subjek. Metode ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Pendapatan pada Wisata Bukit Condong Kelurahan Selensen, Kecamatan Kemuning. Wawancara dilakukan kepada pengurus Bukit Condong yang berada di Kelurahan Selensen. Dari wawancara maka didapatkan hasil yaitu antara lain:

1) Ditingkatkannya promosi paket wisata yang ada di Kelurahan Selensen melalui media yang lebih luas Pengenalan obyek wisata dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui media cetak dan media elektronika. Semakin luas media promosi yang digunakan, kemungkinan meningkatnya pengunjung juga semakin terbuka lebar. Misalnya melalui televisi yang bertaraf nasional

2) Lebih sering digelar *event-event* di lokasi wisata untuk menarik pengunjung yang dapat mengundang masyarakat untuk hadir di lokasi wisata juga penting untuk dilakukan. Dengan adanya *event*, biasanya masyarakat lebih tertarik untuk datang. Kedatangan masyarakat ini selain untuk menonton *event* yang digelar juga sekaligus ingin menikmati obyek wisata yang dijadikan sebagai lokasi *event*. Setelah pengunjung pernah mengetahui atau melihat obyek wisata tersebut, harapannya di masa yang akan datang kembali lagi berkunjung dengan mengajak teman ataupun keluarganya. Sehingga jumlah kunjungan semakin meningkat dan pendapatan wisata pun meningkat.

3) Peningkatan sarana pendukung wisata, seperti sarana akomodasi, rumah makan, kedai-kedai souvenir untuk wisatawan. Souvenir sebagai oleh-oleh dan kenang-kenangan dari suatu obyek wisata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Disamping itu juga strategi pemasaran seperti ini juga dapat menambah pendapatan



wisata. Souvenir yang mempunyai ciri khas akan menjadi kebanggaan bagi wisatawan untuk diberikan atau dipamerkan kepada orang-orang terdekatnya.

b. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan KKN Tematik Universitas Islam Indragiri dilaksanakan dari tanggal 5 Agustus hingga 8 November 2022.

c. Tempat Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan KKN Tematik Universitas Islam Indragiri dilaksanakan pada Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau Indonesia.

Hasil

Ekowisata merupakan perjalanan wisata ke suatu lingkungan baik alam yang alami maupun buatan serta budaya yang ada yang bersifat informatif dan partisipatif yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial-budaya. Jadi, kegiatan ekowisata secara langsung memberi akses kepada semua orang untuk melihat, mengetahui, dan menikmati pengalaman alam, intelektual dan budaya masyarakat lokal. Ekowisata memberikan kesempatan bagi para wisatawan untuk menikmati keindahan alam dan budaya untuk mempelajari lebih jauh tentang pentingnya berbagai ragam mahluk hidup yang ada di dalamnya dan budaya lokal yang berkembang di kawasan tersebut. Kegiatan ekowisata dapat meningkatkan pendapatan untuk pelestarian alam yang dijadikan sebagai obyek wisata ekowisata dan menghasilkan keuntungan ekonomi bagi kehidupan masyarakat yang berada di daerah tersebut atau daerah setempat

Selensen merupakan salah satu Kelurahan dari dua belas desa yang ada di Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau Indonesia, yang berbatasan dengan provinsi jambi dan Indragiri hulu riau, adapun di antara dua belas desa tersebut yaitu Kelurahan selensen, Desa air balui, Desa batu ampar, Desa tuk jimun, Desa kemuning muda, Desa kemuning tua, Desa keritang, Desa limau manis, Desa lubuk besar, Desa sekara, Desa sekayan dan Desa talang jangkang. Dan di Wilayah Kelurahan selensen memiliki beberapa bidang kelembagaan masyarakat yaitu, terdapat 11 RW dan 24 RT, 1 buah lembaga adat melayu (disebabkan karena masyarakat kelurahan selensen mayoritas penduduknya bersuku melayu), 1 buah karang taruna, kemudian PKK dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM). Selensen memiliki aset wisata salah satunya adalah wisata Bukit Condong.

Strategi pemasaran adalah untuk mengenalkan keberadaan Bukit Condong kepada masyarakat luas, baik di wilayah riau sekitarnya maupun di wilayah luar kota atau pun luar negeri dengan tujuan untuk membidik wisatawan domestik dan nondomestik untuk mencapai target yang diinginkan. Memiliki strategi pemasaran akan memaksimalkan tujuan pemasaran sehingga obyek wisata akan selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan. Dengan banyaknya kunjungan wisatawan tentu berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan Bukit Condong. Berikut adalah gambar dari hasil wawancara di Kelurahan Selensen.



Gambar 1. Dokumentasi Hasil Wawancara di Kelurahan Selensen

Dari gambar 1 diatas menjelaskan strategi pemasaran peningkatan pendapatan pada wisata bukit condong. Hasil yang didapatkan pada saat pelaksanaan KKN UNISI kami peroleh dari segi pengetahuan yaitu tentang bagaimana cara meningkatkan pendapatan di kelurahan selensen dan strategi pemasaran yang dilakukan. Dan Memberikan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya perkembangan wisata bukit condong kedepannya. Lebih sering digelar *event-event* di lokasi wisata untuk menarik pengunjung *Event-event* yang dapat mengundang masyarakat untuk hadir di lokasi wisata juga penting untuk dilakukan. Dengan adanya *event*, biasanya masyarakat lebih tertarik untuk datang. Kedatangan masyarakat ini selain untuk menonton *event* yang digelar juga sekaligus ingin menikmati obyek wisata yang dijadikan sebagai lokasi *event*. Setelah pengunjung pernah mengetahui atau melihat obyek wisata tersebut, harapannya di masa yang akan datang kembali lagi berkunjung dengan mengajak teman ataupun keluarganya. Sehingga jumlah kunjungan semakin meningkat dan pendapatan wisata pun meningkat.



Gambar 2. Dokumentasi Hasil Wawancara Dan Diskusi

Dari hasil wawancara dan diskusi tentang pemasaran peningkatan pendapatan wisata bukit condong tsalah satu sektor pembangunan yang memacu pertumbuhan perkonomian suatu wilayah, pariwisata dianggap sebagai suatu aset yang strategis untuk mendorong pembangunan pada wilayah-wilayah yang memiliki potensi objek wisata. Karena pariwisata memiliki tiga aspek pengaruh yaitu aspek ekonomis (sumber devisa, pajak), aspek sosial (menciptakan lapangan kerja) dan aspek budaya. sektor pariwisata meningkatkan pendapatan devisa, menciptakan lapangan kerja, merangsang



pertumbuhan industri pariwisata, oleh karena itu dapat memicu pertumbuhan ekonomi, terlebih ini yang mendorong diberbagai negara untuk mengembangkan sektor pariwisata. Langkah utama dalam strategi pengembangan kepariwisataan adalah

- 1) Jangka pendek diprioritaskan pada optimasi, terpenting untuk : memperkuat dan memantapkan gambaran kepariwisataan, meningkatkan kualitas tenaga kerja, meningkatkan kualitas pengelolaan, memanfaatkan produk yang ada dilokasi, memperluas saham dari pasar pariwisata yang telah ada
- 2) Jangka menengah diprioritaskan pada konsolidasi, terutama dalam : meneguhkan cara kepariwisataan Indonesia, kombinasi kemampuan pengelolaan, mengembangkan dan menjeniskan produk, mengembangkan jumlah dan kualitas tenaga kerja
- 3) Jangka panjang utamakan pada pengembangan dan penyebaran dalam : meningkatkan kemampuan pengelolaan, peningkatan dan penyebaran produk dan pelayanan di lokasi wisata, peningkatan pasar pariwisata baru, pengembangan kualitas dan jumlah tenaga kerja

Peningkatan sarana pendukung wisata, seperti sarana akomodasi, rumah makan, kedai-kedai souvenir untuk wisatawan. Souvenir sebagai oleh-oleh dan kenang-kenangan dari suatu obyek wisata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Disamping itu juga strategi pemasaran seperti ini juga dapat menambah pendapatan wisata. Souvenir yang mempunyai ciri khas akan menjadi kebanggaan bagi wisatawan untuk diberikan atau dipamerkan kepada orang-orang terdekatnya.

Diskusi

Diskusi merupakan salah satu bentuk kegiatan wicara [15]. Dengan berdiskusi kita dapat memperluas pengetahuan serta memperoleh banyak pengalaman-pengalaman [16]. Diskusi adalah suatu pertukaran pikiran, gagasan atau pendapat antara dua orang atau lebih [17]. Dalam kegiatan diskusi tim pengabdian memberikan gagasan atau pendapat mengenai penggunaan sumber dana pinjaman sebagai modal dalam kegiatan promosi Bukit Condong. Diskusi dilakukan kepada pengurus Bukit Condong yang berada di Kelurahan Selensen, Kecamatan Kemuning ketika metode wawancara telah dilaksanakan.

Kesimpulan

Kabupaten Indragiri Hilir memiliki beberapa potensi obyek wisata yang marketable dan bernilai jual tinggi di pasar pariwisata nasional pada khususnya, di mana jika dikelola dan dikembangkan dengan baik dalam format suatu industri pariwisata akan mampu memberikan dampak yang luas terhadap peningkatan sosial-budaya-ekonomi masyarakat lokal pada khususnya. Selensen merupakan salah satu Kelurahan dari dua belas desa yang ada di Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau Indonesia, yang berbatasan dengan provinsi jambi dan Indragiri hulu riau, adapun di antara dua belas desa tersebut yaitu Kelurahan selensen, Desa air balui, Desa batu ampar, Desa tuk jimun, Desa kemuning muda, Desa kemuning tua, Desa keritang, Desa limau manis, Desa lubuk besar, Desa sekara, Desa sekayan dan Desa talang jangkang. Dan di Wilayah Kelurahan selensen memiliki beberapa bidang kelembagaan masyarakat yaitu, terdapat 11 RW dan 24 RT, 1 buah lembaga adat



melayu (disebabkan karena masyarakat kelurahan selensen mayoritas penduduknya bersuku melayu), 1 buah karang taruna, kemudian PKK dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM).

Salah satu wisata yang dimiliki kabupaten Indragiri Hilir adalah Bukit Condong. Destinasi ini terletak di Kelurahan Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir Riau yang merupakan bagian dari kawasan Taman Nasional Bukit Tiga Puluh (TNBT). Bukit yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Olahraga dan Kebudayaan (Disparporabud) Kabupaten Indragiri Hilir itu, setiap harinya dikunjungi kurang lebih 1000 wisatawan-wisatawan lokal dan interlokal. Bukit Condong merupakan bagian dari kawasan Taman Nasional Bukit Tiga Puluh (TNBT) yang terletak di Kelurahan Selensen Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir Riau. Kawasan ini berbatasan antara Provinsi Riau dan Jambi. Area Bukit Condong berada dikawasan penyangga inti TNBT yang memiliki keanekaragaman hayati puluhan bukit dan pematang disekitarnya, Bukit Condong merupakan puncak tertinggi berada di ketinggian 450 MDPL (meter diatas permukaan laut) Bukit condong dikelilingi dengan pohon yang berusia ratusan tahun, selain menyimpan keanekaragaman hayati hutan hujan tropis dataran rendah, daerah ini merupakan habitat asli satwa liar dilindungi seperti tapir, siamang (ungko), burung kua, simpai dan berbagai satwa lain. Dari hasil kegiatan serta dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan konsep pemasaran disimpulkan bahwa obyek-obyek wisata yang memiliki potensi pemasaran yang paling besar dalam memberikan *customer-satisfaction*, sehingga layak dipromosikan dan dipasarkan di pasar pariwisata nasional pada khususnya.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih terhadap masyarakat kelurahan selensen dan teman teman posko kkn telah memberikan informasi tentang kelurahan dan bagi masyarakat yang melakukan pengelola wisata bukit condong terimakasih banyak dalam menyelesaikan program dari kami yaitu tentang strategi pemasaran terhadap peningkatan pendapatan pada wisata bukit condong.

Daftar Referensi

- [1] Hermawan, H., & Brahmanto, E., 2018. *Geowisata: Perencanaan Pariwisata Berbasis Konservasi*. Penerbit NEM.
- [2] Bambang Supriadi, S.E. and Roedjinandari, N., 2017. *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Universitas Negeri Malang.
- [3] Hijriati, E. and Mardiana, R., 2014. Pengaruh ekowisata berbasis masyarakat terhadap perubahan kondisi ekologi, sosial dan ekonomi di Kampung Batusuhunan, Sukabumi. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(3), pp.146-159.
- [4] Arida, N.S.N.S. and Sunarta, N., 2017. Pariwisata berkelanjutan. *Pariwisata Berkelanjutan*. Denpasar : Cakra Press.



- [5] Suprihatin, W., 2020. Analisis perilaku konsumen wisatawan era pandemi Covid-19 (Studi kasus pariwisata di Nusa Tenggara Barat). *Bestari*, 1(1), pp.56-66.
- [6] Dodds, R., Ali, A. and Galaski, K., 2018. Mobilizing knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), pp.1547-1568. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1150257>.
- [7] Ismail, A. and Frinaldi, A., 2022. Efektivitas Website Inhilnanmolek Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.36312/jisip.v6i2.2975>.
- [8] Zuliandi, B., Kusnadi, D. and Rahman Fitra, T., 2020. *Pengembangan Fasilitas Penunjang Wisata Air Terjun 86 Desa Keritang Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- [9] Saputra, R., 2019. *Komunikasi Penyelesaian Konflik Pemuda di Desa Air Balui Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- [10] Zott, C. and Amit, R., 2010. Business model design: An activity system perspective. *Long range planning*, 43(2-3), pp.216-226. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.004>.
- [11] ULFA, Z., 2020. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok Tengah Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- [12] Razani, A.N., 2020. *Strategi komunikasi pemasaran pada wisata Madiun Umbul Square* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- [13] Raharjo, T.W., 2019. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.
- [14] Poerwandari, E.K., 1998. Metode penelitian sosial. *Jakarta: Universitas Terbuka*.
- [15] INDRAWATI, S.W., 2018. Pembelajaran Keterampilan Berbicara Melalui Metode Diskusi. *Jurnal Dosen Universitas PGRI Palembang*.
- [16] Kadarwati, A. and Malawi, I., 2017. *Pembelajaran tematik: (Konsep dan aplikasi)*. Cv. Ae Media Grafika.
- [17] Harianto, E., 2020. Metode Bertukar Gagasan dalam Pembelajaran Keterampilan Berbicara. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 9(4), pp.411-422.