

## Presentasi Bisnis dalam *Hospitality Industry*: Analisis dan Pengembangan Modul

Dika Pranadwipa Koeswiryono  
Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional  
Komang Ratih Tunjungsari  
Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

Corresponding email: dika.pranadwipa@ipb-intl.ac.id

### ABSTRAK

Dalam industri perhotelan, presentasi bisnis yang disajikan secara efektif akan membantu audiens memahami konten dan mengubah sudut pandang atau keputusan mereka. Sayangnya, banyak presentasi yang diberikan sulit dipahami dan tidak memotivasi, baik karena presenter telah meniru kebiasaan buruk maupun karena kurangnya kesadaran dan pengetahuan. Dalam penelitian ini, beberapa manajer vila dan hotel diwawancarai untuk mengetahui topik presentasi yang diberikan di bidang perhotelan. Hasil wawancara menjadi dasar untuk membuat modul presentasi bisnis bagi para profesional perhotelan, yang terdiri dari empat bab. Dalam modul tersebut dibahas kesalahan umum dalam presentasi, penentuan objektif presentasi, struktur presentasi dan visualisasi data. Dengan modul ini, baik mahasiswa maupun profesional khususnya di bidang perhotelan dapat merancang presentasi yang lebih efektif.

**KATA KUNCI:** Analisis, Pengembangan, Modul, Presentasi, Hospitality

### PENDAHULUAN

Memberikan presentasi bisnis di depan audience adalah kemampuan yang perlu dimiliki seorang *hospitality professional*. Mereka memberi paparan baik yang bersifat informatif maupun persuasif menggunakan beragam *software* seperti Powerpoint, Keynote atau Prezi. Presentasi yang dipersiapkan secara efektif akan membantu audiens memahami materi yang dipaparkan oleh presenter. Presentasi yang baik juga mampu merubah sudut pandang atau cara berpikir penonton, sehingga mereka tergerak untuk melakukan apa yang diinginkan presenter. Karenanya, tugas presenter adalah mendapatkan perhatian penonton dan menjaganya agar mereka tetap berminat menyimak materi yang disampaikan, serta melakukan apa yang dipersuasikan dalam presentasi

tersebut. Hal ini sangat penting untuk membangun kredibilitas dan *brand awareness* (Virdani et al., 2020)

Namun, alih-alih mudah dimengerti dan mampu menggerakkan, kerap dijumpai presentasi yang sulit dipahami dan tidak menggugah. Minto (2003:189) mengatakan bahwa banyak presentasi dilakukan dan disaksikan oleh orang-orang yang berharap presentasinya lekas selesai. Pendapat serupa diungkapkan Reynold (2012:11) bahwa “*most presentations remain mind-numbingly dull, something to be endured by both presenter and audience alike, or heavily decorated and animated*”. Keduanya merujuk pada penyajian presentasi yang menjemukan bagi penonton, walaupun telah didekorasi dan dihiasi animasi. Menarik perhatian dan merubah sudut pandang audiens nampaknya membutuhkan tidak hanya desain tampilan visual, melainkan juga objektif yang jelas dan struktur presentasi yang tersusun dengan baik.

Namun, banyaknya presentasi yang disajikan dengan tidak efektif bukan disebabkan kurangnya kreatifitas atau kepiawaian para penyajinya. Presentasi yang berbelit dan tidak menggugah terjadi karena pembicara telah meniru kebiasaan yang buruk serta karena kurangnya kesadaran dan pengetahuan mengenai presentasi (Reynold, 2012:11). Dengan sudut pandang lain, Roam (2009:67) menekankan bahwa kita tidak dapat menyalahkan perangkat seperti Powerpoint, Prezi dan lain – lain. Hal yang menjadi masalah, menurut Roam, adalah “*PowerPoint makes it too easy for us to become lazy*”. Ia menjelaskan bahwa karena saat ini sangat mudah untuk menyajikan presentasi dengan *software* – *software* mutakhir, presenter menjadi tidak lagi berpikir dengan baik kata - kata apa yang perlu diucapkan; presenter menjadi tidak lagi berpikir mengenai apa yang betul – betul penting untuk disajikan, karena mereka dapat tinggal

menampilkan banyak slide; dan yang paling buruk adalah presenter menjadi tidak lagi berpikir bagaimana rasanya menjadi penonton presentasi yang menjemukan.

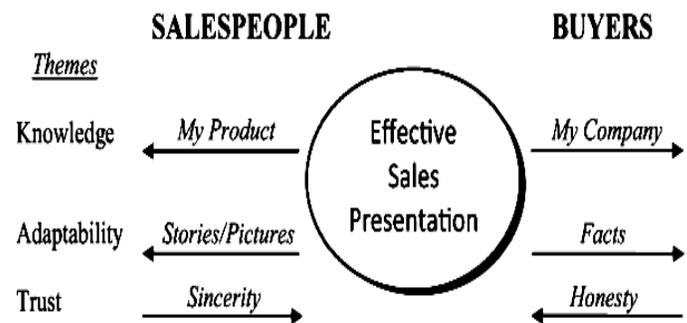
Menyajikan presentasi adalah salah satu topik yang dibahas dalam buku – buku *Business English*, yang mengajarkan pembaca untuk mampu mengkomunikasikan gagasan di depan audiens dengan Bahasa Inggris dalam ranah bisnis dan *hospitality*. Namun buku-buku Bahasa Inggris Bisnis yang memuat panduan presentasi seringkali hanya membahas topik tersebut dalam ulasan permukaan yang pendek. Buku *Business English Handbook*, oleh Emmerson (2007) menjabarkan beberapa aspek dalam presentasi, misalnya menghilangkan kecemasan, melatih *eye contact*, dan olah vokal. Buku *Business English* karangan Pilucka (1998) juga mengelaborasi teknik presentasi menjadi *Preparation* dan *Delivery*. *Everyday Business English*, buku karangan Badger (2003), menyajikan *listening exercise* mengenai presentasi.

Walaupun telah memuat ulasan mengenai teknik presentasi bisnis, buku – buku tersebut belum menunjukkan secara detail proses pengkonstruksian sebuah presentasi secara komperhensif. Atas dasar hal tersebut, penelitian ini mencari tahu konten apa saja yang disajikan pada presentasi bisnis dalam ranah *hospitality*. Karenanya output dari penelitian ini adalah sebuah modul yang secara komperhensif merinci langkah – langkah penyusunan sebuah presentasi bisnis hingga siap untuk disajikan. Dengan modul tersebut, para *professional* di bidang bisnis *hospitality*, dapat merancang presentasinya agar mudah dimengerti oleh audiens dan mampu mengarahkan mereka dalam mengambil keputusan.

Dalam dunia bisnis sering dijumpai presentasi yang bertujuan baik untuk menjabarkan sebuah konsep ataupun mempersuasi audiens. Pihak yang menyaksikan presentasi mungkin adalah para pengambil keputusan, seperti manajer, investor, atau customer. Karena pentingnya keberhasilan sebuah presentasi, beberapa studi dilakukan untuk menemukan dan menawarkan metode yang benar dalam memberi presentasi. Patil (2005) menguraikan serangkaian prosedur presentasi yang berguna baik untuk mahasiswa jurusan bisnis, maupun untuk eksekutif yang sedang berusaha mengasah kemampuan presentasinya. Ia menjelaskan bahwa sebuah presentasi umumnya dilakukan melalui tiga tahap, yaitu *preparation*, *delivery* dan *question and answer session*. Sebagaimana presenter untuk bidang akademis, seorang presenter bisnis juga harus melakukan proses yang sama, yaitu “*collecting, selecting, organizing, and illustrating her data, and has to keep in mind the purpose of her presentation, and the*

*needs and interests of her audience*”. Pada studi mengenai presentasi dalam cakupan yang lebih spesifik, yaitu Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia, Hamdan (2016: 109) menemukan bahwa presenter menyiapkan presentasi secara tertulis. Presentasi mereka disajikan dengan langkah pendahuluan, isi dan penutup. Saat penyajian, presentasi disampaikan dengan kontak mata yang baik, *body language* yang proporsional, artikulasi yang jelas dan penggunaan alat bantu visual yang efektif.

Untuk menentukan baik tidaknya sebuah presentasi bisnis, khususnya penjualan, kajian harus dilakukan baik dari sisi pembeli maupun penjual. Cicala et.al (2012: 78-82) melakukan studi mengenai perbedaan perspektif antara pembeli dan penjual mengenai apa yang membuat presentasi efektif.



**Gambar 1.** Perbedaan persepsi antara *salespeople* dan pembeli

Sebagaimana bagan di atas, ia menemukan perbedaan mendasar, utamanya dalam hal *knowledge*. Penjual melihat pengetahuan mengenai produknya merupakan yang terpenting, sementara pembeli memandang pengetahuan mengenai perusahaannya adalah yang lebih penting. Ia menyarankan agar presenter menggali lagi kebutuhan audiensnya, sehingga presentasinya dapat dengan tepat menjawab kebutuhan tersebut. Keterampilan menjual ini sangat esensial terutama dalam bidang pelayanan, seperti *restaurant services* (Veronika et al., 2020)

Dalam menentukan objektif dari sebuah presentasi, seseorang harus lebih dahulu menentukan perubahan yang akan terjadi pada audiens setelah mendengar presentasi tersebut. Langkah selanjutnya adalah menyusun presentasi tersebut dengan urutan *Situation, Complication, Question* dan *Answer*. Konsep ini diperkenalkan oleh Minto (2003), yang tidak lain adalah penerapan ajaran Aristotle mengenai *story telling* yang terdiri dari *protasis, epitasis*

dan *catastrophe*. Tiga tahap ini adalah pola alami yang dilakukan manusia dalam berkomunikasi.

Kesalahan umum yang sering dilakukan presenter adalah memasukkan terlalu banyak teks ke dalam slide mereka. Hal ini disebut *slideument*, yang merupakan akronim dari *slide dan document* (Reynold, 2012). Presenter mungkin bermaksud merangkum semua materi ke dalam slide, agar slide tersebut dapat dicetak dan didistribusikan kepada penonton sebagai *handout*. Ini menyebabkan audiens kehilangan fokus dan kesulitan memahami isi presentasi, karena materi yang ditampilkan melebihi kapasitas otak mereka dalam memproses informasi.

### Presentasi dalam Kajian *Business English*

Salah satu dari keempat *skill* dalam Bahasa Inggris adalah *speaking*. Sebagai keterampilan yang meningkatkan kemampuan berbicara, presentasi lisan mengakomodasi hal ini. Dalam penelitiannya, Cheung (2008) menawarkan beberapa prosedur bagi pengajar Bahasa Inggris dalam mengajar presentasi. Ia menjabarkan bahwa ada beberapa langkah dan detail yang harus diperhatikan, yaitu *macro organization* yang merujuk pada *purpose, objectives, outline, introduction, and conclusion*, dan *micro organization* yang merujuk pada *textual coherence, transitions, and connections*. Prosedur berikutnya adalah *thesis and support*, yaitu mendukung isi presentasi dengan penjelasan dan contoh yang lengkap, termasuk dengan analogi. Strategi berikutnya mengajarkan cara melibatkan penonton dan merespon input mereka. Presenter, menurut Cheung, juga harus memperhatikan *non-verbal communication* dan penggunaan material visual.

Serupa dengan penelitian di atas, Al-Issa (2010:227) mengkaji manfaat yang didapat dengan memberikan presentasi oral, menjabarkan jenis – jenis presentasi, dan mengemukakan langkah - langkah dalam mempersiapkan presentasi. Tidak hanya berkaitan dengan kemampuan berbahasa Inggris, Al-Issa juga menjelaskan bahwa kemampuan presentasi Bahasa Inggris juga dapat diterapkan dalam konteks subjek lain. Terkait penyajian presentasi sebagai bagian dari matakuliah *Business English*, mahasiswa melihat kegiatan presentasi di depan kelas sebagai kesempatan melatih keterampilan Bahasa Inggrisnya. Milles (2019:103) menyarankan bahwa pengajar sebaiknya sadar akan motivasi ini, dan memilih buku ajar yang tepat. Dalam penelitiannya ia menemukan bahwa motivasi lainnya adalah untuk melatih kemampuan berbicara di depan umum, untuk mendapatkan pekerjaan, dan untuk mempelajari software PowerPoint.

Banyak kelas Bahasa Inggris secara signifikan menekankan pada kemampuan membaca. Hal ini sedikit banyak mengurangi porsi latihan *skill* lain, dalam hal ini kemampuan berbicara. Ming (2005:118) berpendapat bahwa kegiatan presentasi di depan umum selama beberapa menit secara terstruktur dapat mempersiapkan pembelajar untuk meningkatkan percaya diri dan artikulasi Bahasa Inggris. Kegiatan ini juga mengembangkan kemampuan *research* dan mendorong *planning* yang matang dan penggunaan bahasa yang baik.

Pembelajar yang telah mendapatkan pelatihan presentasi akan menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam melakukan presentasi di depan umum. Dalam penelitiannya, Sutikanaporn (2014: 91) menemukan bahwa mahasiswa matakuliah Bahasa Inggris di Thailand yang telah mendapat pelatihan *Effective Presentation* berperforma lebih unggul dalam pengorganisasian dan konten presentasi, dibanding mahasiswa yang tidak mendapat pelatihan. Dalam penelitian itu, respondent menyarankan program pascasarjana di instansi lain juga perlu melaksanakan pelatihan presentasi untuk mahasiswanya. Terkait cara untuk menekan kecemasan dalam memberikan presentasi berbahasa Inggris, Asnur (2013:40) menyarankan beberapa cara, seperti pikiran positif, persiapan yang optimal, latihan yang cukup, dan relaksasi.

### METODE

Penelitian ini berbentuk *Research and Development* yang bertujuan untuk menghasilkan model dan prinsip yang menjadi pedoman dalam sebuah desain, pengembangan dan proses evaluasi (Jonasenn, 2004:102). Menurut Gay, Mills dan Airasian (2009, dalam Emzir, 2014:263) penelitian pengembangan bertujuan bukan untuk merumuskan atau menguji teori, tapi lebih untuk mengembangkan produk – produk efektif untuk digunakan. Dalam penelitian ini, tahap – tahap yang dilalui adalah *need analysis, determining goal, constructing syllabus, developing material, dan evaluasi*.

#### a. *Need analysis*

Dalam *need analysis*, peneliti menggali topik presentasi yang kerap dilakukan pada konteks hospitality. Presentasi itu dilakukan baik dalam internal hotel maupun antar hotel dengan pihak eksternal, seperti vendor, maupun investor.

#### b. *Determining the goal*

Richard (2001:120) menyatakan bahwa *goals*, adalah

perkembangan secara umum yang diupayakan akan muncul pada pembelajar melalui sebuah program. Dalam penelitian pengembangan modul ini, goal yang dituju adalah meningkatnya kemampuan para *hospitality professionals* dalam memberikan presentasi bisnis.

### c. *Constructing the syllabus*

Hutchinson dan Waters (1987:80) berpendapat bahwa silabus adalah dokumen yang menyatakan apa yang akan, atau setidaknya apa yang seharusnya, dipelajari atau diketahui oleh pembelajar pada akhir pengajaran. Dalam penelitian pengembangan ini, silabus modul tersebut menguraikan topic presentasi yang dibahas dalam setiap unit.

### d. *Developing Material*

Tahap berikutnya adalah mengkonstruksi materi yang akan disajikan dalam modul presentasi.

### e. *Evaluasi*

Menurut Dudley-Evan dan John (2009:210), tujuan dari tahap evaluasi adalah untuk mendapat *feedback* yang membangun dalam pembelajaran, dan sebagai pengukur kompetensi. Modul yang telah dibuat kemudian diserahkan kepada *expert judge*, yaitu seorang *presentation trainer* dan seorang *CEO*, untuk dievaluasi dan diberi masukan.

## Populasi

Populasi penelitian ini adalah para profesional dalam industri *hospitality*, yaitu *General Manager* dan *owner*, *Human Resource Manager*, dan *Event Coordinator* dari beberapa hotel dan villa di Bali. *Expert judge* dalam penelitian ini adalah seorang *Presentation Trainer* dan seorang *CEO* dari sebuah perusahaan.

## Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui studi dokumentasi dan interview. Penulis mengkaji kesulitan dan masalah yang sering terjadi dalam dunia presentasi bisnis melalui studi pada literatur – literatur terkait. Peneliti juga telah menginterview para profesional di industri *hospitality* untuk menggali data mengenai cakupan presentasi bisnis yang sering dilakukan dalam konteks *hospitality*.

## Teknik Analisis Data

Data perolehan hasil interview dan studi dokumentasi selanjutnya dianalisis secara kualitatif dengan interpretatif yaitu dengan melalui beberapa proses seperti verifikasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Perancangan dan pengembangan modul konstruksi presentasi untuk *hospitality professionals* akan dijelaskan secara deskriptif. Hasil perancangan dan pengembangan model pelatihan bahasa Inggris akan didiskusikan dalam FGD (Focus Grup Discussion) dengan mengundang ahli untuk memberikan masukan terhadap kualitas produk tersebut. Selanjutnya merevisi hasil perancangan dan pengembangan model pelatihan sesuai dengan masukan yang diberikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Presentasi Bisnis dalam Dunia Hospitality

Wawancara dengan para respondent mengungkapkan bahwa presentasi yang terjadi dalam dunia *hospitality* mencakup topik yang luas, baik pada level operasional maupun level manajerial, baik presentasi yang dilakukan secara internal maupun eksternal. Pada level operasional, presentasi yang diberikan mencakup penjelasan dari manajer kepada staff tentang tata cara penanganan keadaan darurat. Presentasi ini menjabarkan tindakan yang perlu dilakukan oleh staff saat terjadi kebakaran, kecelakaan, pencurian, dan mati listrik. Presentasi juga diberikan kepada staff di departemen front office, untuk memberi panduan bagaimana menangani kedatangan tamu secara professional.

Presentasi pada hirarki organisasi yang lebih tinggi terjadi dalam konteks penyajian laporan *Profit and Loss*. Di sini manajer hotel akan memaparkan kepada owner tentang laporan performance hotelnya dalam satu kuartal. Pada presentasi eksternal, hotel melakukan promosi kepada travel agent untuk menawarkan kerjasama dengan menunjukkan fasilitas dan layanan yang dimiliki hotel tersebut, Presentasi juga dilakukan pihak hotel untuk mengundang travel organizer agar menyelenggarakan event seperti pernikahan di hotel tersebut. Presentasi juga mencakup penawaran yang dilakukan manajemen pengelola akomodasi kepada investor agar mempercayakan hotelnya untuk dikelola oleh manajemen tersebut. Dalam sebuah *travel fair*, manajer dari berbagai hotel akan memberikan presentasi untuk mengundang audiens yang prospektif agar memilih hotel tersebut untuk perhelatan mereka.

Untuk mengakomodasi luasnya cakupan presentasi yang terjadi dalam dunia *hospitality*, modul dibuat secara umum

sehingga setiap pelaku presentasi bisnis hospitality dapat menerapkan prinsip yang dijabarkan di dalamnya.

### **Modul Konstruksi Presentasi untuk *Hospitality Professionals***

Berdasarkan analisis dari hasil wawancara tersebut, modul presentasi dibuat menjadi empat unit.

#### **1. Unit pertama berjudul “*The Eye of a Needle*” berisi pemahaman mendasar mengapa sebuah presentasi sering sulit dipahami oleh audiens.**

Di bagian pertama, unit ini menjelaskan tiga bagian dari memori manusia, yaitu *short term memory*, *working memory* dan *long term memory*, agar pembaca memahami mengapa audiens sering kesulitan memahami sebuah presentasi. Di bagian berikutnya dijelaskan konsep mengenai *slideument*, yaitu kebiasaan banyak presenter yang menampilkan konten visual dan konten materi pada slide yang sama, yang mengakibatkan sebuah slideshow menjadi tidak efektif baik sebagai tampilan visual maupun sebagai dokumen.

Penjelasan mengenai memori manusia yang disajikan pada unit pertama merujuk pada konsep yang diberikan oleh Atkinson (2008). Konsep ini menguraikan bahwa keterbatasan otak manusia dalam memproses informasi menyebabkan seorang presenter harus menyesuaikan kontennya, agar tidak melebihi *working memory* audiens. Penjelasan mengenai *slideument*, atau yang merupakan akronim dari kata *slide* dan *document*, mengemukakan kebiasaan yang sering terjadi, di mana presenter menjejalkan terlalu banyak text dan grafik pada slide, dengan tujuan merangkum semua materi ke dalamnya (Reynold, 2012).

#### **2. Presentasi yang efektif dimulai dengan penentuan objektif yang tepat.**

Pada unit kedua, modul tersebut mengarahkan pembaca untuk menyusun tujuan presentasi yang jelas dan terukur. Unit ini menyajikan perbandingan antara objektif presentasi yang tidak tepat, dan memberikan contoh objektif yang tepat dan berfokus pada audiens. Bagian ini sesuai dengan pemahaman yang diberikan oleh Abela (2013) bahwa penentuan objektif sebuah presentasi haruslah berfokus pada audiens, bukan pada presenter. Arif (2021) menyatakan bahwa kemampuan ini adalah salah satu kompetensi professional yang perlu dimiliki seseorang.

#### **3. Unit ketiga berfokus pada konstruksi presentasi.**

Dengan mengkontekstkan presentasi pada isu hospitality, unit tersebut mulai dengan penjelasan mengenai story arc, yaitu bagaimana alur cerita yang diterapkan pada presentasi akan membantu memfokuskan perhatian audiens. Bagian berikutnya dari unit tersebut adalah pemahaman konsep Situation-Complication-Question-Answer (S.C.Q.A) sebagai alur dasar sebuah presentasi. Pembukaan, Tubuh, dan Penutup presentasi adalah struktur utama yang perlu ada, yang membantu audience memahami dan mengambil keputusan setelah presentasi tersebut.

Unit ini merupakan bagian inti dari rangkaian materi konstruksi presentasi pada modul. Pada unit ini diberikan penjelasan bahwa untuk tetap mendapatkan perhatian audiens, presenter perlu menyusun presentasinya dalam kerangka story arc. Selain presentasi perlu dipersiapkan dengan struktur yang tepat, agar isi materi dapat tersampaikan dengan efektif. Hal ini merujuk pada penjelasan Atkinson (2008) mengenai struktur sebuah presentasi. Paparan ini juga merupakan pengaplikasian dari konsep yang diberikan oleh Minto (2003) mengenai SCQA.

#### **4. Presentasi disajikan dengan bantuan tampilan visual**

Penyajian visual adalah fokus dari unit terakhir ini. Di bagian pertama disajikan berbagai pilihan diagram yang mewakili kebutuhan komunikasi yang berbeda. Bagian berikutnya menguraikan beberapa prinsip dalam penyajian visual, seperti Signal to Noise Ratio, serta Proximity and Contrast. Di unit ini juga dijabarkan kesalahan – kesalahan yang umum terjadi dalam penyajian visual, agar pembaca dapat menghindarinya, dan memperbaiki tampilan presentasi mereka agar lebih efektif. Unit keempat yang menjabarkan prinsip penyajian visual merupakan pengejawantahan teori yang diberikan Reynold (2012) dan Knaflic (2015). Mereka mengemukakan bahwa visual yang baik adalah yang dapat membantu audiens memahami narasi presentasi.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan mengetahui cakupan presentasi bisnis yang dilakukan dalam dunia hospitality, dan mengungkapkan bahwa presentasi yang disajikan mencakup berbagai level dalam hirarki organisasi hospitality. Di level operasional, presentasi mencakup penjelasan mengenai cara handle tamu dan cara

mengatasi keadaan darurat di hotel. Pada level yang lebih tinggi, presentasi terjadi dalam penawaran kerjasama antara villa dengan travel agent, juga mencakup tawaran manajerial untuk para investor. Presentasi juga disajikan dalam pemaparan laporan Profit and Loss.

Karena luasnya cakupan topic presentasi, modul yang dibuat disusun agar dapat diaplikasikan dalam setiap konteks. Dalam modul tersebut, unit pertama memberi pemahaman mendasar mengenai kesalahan yang umum terjadi pada presentasi. Unit berikutnya mengulas cara menentukan objektif dari sebuah presentasi. Struktur presentasi disajikan pada unit setelahnya, yang menjelaskan langkah langkah penyusunan sebuah presentasi. Pada unit terakhir dijelaskan bagaimana penggunaan visual yang efektif. Mereka yang berkecimpung di dunia bisnis hospitality, diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai rujukan dalam memperbaiki struktur presentasinya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abela, Andrew. (2013). *Advanced Presentation by Design*. San Francisco: Pfeiffer
- Al-Issa, A.S and Al-Qubtan. R. 2010. Taking the Floor: Oral Presentations in EFL Classrooms. *TESOL Journal* 1.2
- Arif, M. (2021). *Pengaruh Kompetensi Profesional, Sarana Prasarana dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Dosen*. 3(1), 70–76.
- Asnur, Sardian Maharani. 2013. The Students' Anxiety in Delivering English Presentation.
- Atkinson, Cliff. (2008). *Beyond Bullet Points*. Washington: Microsoft Press
- Bager, Ian. 2003. *Everyday Business English*. Bristol: Longman
- Cheung, Yin Ling. 2008. Teaching Effective Presentation Skills to ESL/EFL
- Cicala, J.E., Smith, R.K., and Bush, A.J. 2012. What makes sales presentations effective – a buyer-seller perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*
- Dudley-Evan, Tony and John, Maggie Jo St. 2009. *Developments in ESP. A multi disciplinary approach*. Cambridge: Cambridge University Press
- Emmerson, Paul. 2007. *Business English Handbook*. Oxford: McMillan
- Emzir, 2009. *Metodology Penelitian Pendidikan: Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press
- Hamdan, Y dan Ratnasari, A. 2016. Kemampuan Presentasi dalam Memasarkan Produk Usaha. *Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 19 No. 2*
- Hutchinson, T and Waters, A.1987. *English for Specific Purposes: A learner-centered approach*. Cambridge: Cambridge University Press
- Jonasenn, David H (ed). 2004. *Handbook of Research on Educational Communication*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Knaflic, Cole Nussbaumer. (2015). *Story Telling with Data*. New Jersey: Wiley
- Merriam, Sharan B. and Tisdell, Elizabeth J. 2016. *Qualitative Research. A Guide to Design and Implementation*. San Francisco: Jossey Bass
- Miles, R. 2019. Oral presentations for English proficiency purposes. *Reflections on English Language Teaching, Vol. 8*
- Ming, Z. X. 2005. Developing Oral Presentation in ELT Classroom. *CELEA Journal*
- Minto, Barbara. (2003). *The Minto Pyramid Principle. Logic in Writing, Thinking and Problem Solving*. London: Minto International Inc.
- Munir, Sirajul. 2014. Pengembangan Materi Ajar Bahasa Inggris untuk Agen Travel. *Jurnal Pengembangan Humaniora*
- Page, Stephen J and Connel, Joanne. 2014. *Tourism. A Modern Synthesis*. Singapore: Seng Lee Press
- Patil. Z.N. 2005. Oral Presentation Skills for Prospective Business Executives. *The Asian ESP Journal*
- Pilucka, Svetlana. 1998. *Business English*. Daugavpils: Saule
- Reynold, Garr. (2012). *Presentation Zen. Simple Ideas on Presentation Design and Delivery*. Berkeley: Pearson Education
- Richard.J.C. 2001. *Curriculum Development in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press
- Roam, Dan. (2008). *The Back of the Napkin. Solving Problems and Selling Ideas with Pictures*. New Jersey: Penguin Group
- Sharif, Aysha Mohd. 2016. English for Oral Presentation Skills for Final Year Undergraduates: An Esp Teaching Perspective. *The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*
- Sukitkanaporn, T dan Phoocharoenail, S. 2014. English Presentation Skills of Thai Graduate Students. *English Language Teaching*
- Tomlinson, Brian (ed). 2009. *Materials Development and Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press
- Veronika, R., Andriani, D., & Achmadi, N. S. (2020). The Implementation of Waiters And Waitresses' Upselling Techniques At Ticket's Cafe of Horison Ultima Makassar Hotel. In *PUSAKA (Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event)* (Vol. 2, Issue 1, pp. 59–65). <https://doi.org/10.33649/pusaka.v2i1.41>

Vicic, Polona. 2011. Preparing Material for ESP Teaching. *Inter Alia*.

Virdani, P. B. A., Pitanatri, P. D. S., & Sujatha, D. K. (2020). *Persuasi Instagram Terhadap Brand Awareness Terhadap Pangsa Pasar Millennial di Intercontinental Bali Resort*. 2(2), 111–118.