

Developing english teaching materials based on content-based instruction (CBI) approach for islamic management and banking students of UIN IB Padang

Elismawati Elismawati^{a*}, Hadeli Hadeli^a, Hidayat Al- Azmi^a

^a*Universitas Islam Negeri Imam Bonjol, Padang, Indonesia*

*E-mail: elismawati_1957@yahoo.com

Abstract: This research discusses the development English learning materials based-on content-based instruction approach for Islamic management and banking students of UIN IB Bonjol Padang. The method is R & D adopted from the ADDIE model that stands for the phases of *Analyze, Design, Develop, Implement, and Evaluation*. Those phases are to explore the students' needs; to develop the design and to find out its validity; and to find out the practicality of the developed learning materials. However, *evaluation* phase is excluded for limited time and budget. The results of needs analysis shows that the students preferred learning English for business Purposes to General English. The business topics that they want most to learn were related to *business, recruitment, writing CV and letter of application, job interviews, business etiquette, telephoning*. In implementation phase, it was found that the developed materials were categorized 'practical' to be used by Islamic management and banking students.

Keywords: ESP, material development, content-based instruction approach, needs analysis (na), english for business purposes (EBP)

Abstract: Penelitian ini membahas tentang pengembangan bahan ajar bahasa Inggris berbasis pendekatan content-based instruction untuk mahasiswa manajemen syariah dan perbankan UIN IB Bonjol Padang. Metode yang digunakan adalah R&D yang diadopsi dari model ADDIE yang merupakan singkatan dari tahapan Analyze, Design, Develop, Implement, dan Evaluation. Fase-fase tersebut adalah untuk mengeksplorasi kebutuhan siswa; untuk mengembangkan desain dan untuk mengetahui validitasnya; dan untuk mengetahui kepraktisan bahan ajar yang dikembangkan. Namun, tahap evaluasi dikecualikan karena keterbatasan waktu dan anggaran. Hasil analisis kebutuhan menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai pembelajaran Bahasa Inggris untuk Tujuan Bisnis daripada Bahasa Inggris Umum. Topik bisnis yang paling ingin mereka pelajari adalah terkait bisnis, rekrutmen, menulis CV dan surat lamaran, wawancara kerja, etika bisnis, menelepon. Pada tahap implementasi, ditemukan bahwa materi yang dikembangkan dikategorikan 'praktis' untuk digunakan oleh mahasiswa manajemen syariah dan perbankan.

Keywords: ESP, Pengembangan Materi, Pendekatan berbasis isi, Analisis Kebutuhan, Bahasa Inggris utk tujuan Bisnis

PENDAHULUAN

Bahasa Inggris menjadi alat komunikasi yang paling kuat dan esensial di era globalisasi. Tidak ada bagian dunia, dan tidak ada bagian dari hidup kita tanpa bahasa Inggris; politik, ekonomi, ilmu pengetahuan dan teknologi, pendidikan dan sosial budaya dan sebagainya menggunakan bahasa Inggris sebagai alat komunikasi. Bahasa Inggris menjadi bahasa semua bangsa, dan bahasa setiap sektor kehidupan pasca zaman modern. Artinya, mereka yang menolak mengajar bahasa Inggris akan dikeluarkan dari pergaulan global. Akibatnya, pengajaran bahasa Inggris harus ditempatkan pada prioritas yang sangat penting dari sistem pendidikan tingkat manapun. Sekarang, Richards (2002:135) menyatakan bahwa bahasa Inggris menjadi bahasa globalisasi di mana perdagangan dan perdagangan pada dasarnya manajemen berbasis bisnis sangat dibutuhkan. Di perguruan tinggi di Indonesia, bahasa Inggris diajarkan di setiap program studi termasuk manajemen syariah dan perbankan (MPS).

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa banyak mahasiswa yang bahkan memiliki prestasi luar biasa selama studi mereka, dan dianggap memenuhi syarat secara akademis mengalami kesulitan untuk mendapatkan posisi yang baik di perusahaan-perusahaan mapan karena kurangnya keterampilan dalam bahasa Inggris. Perusahaan dalam merekrut karyawannya melakukan tes bahasa Inggris dan wawancara dengan pelamar dengan menggunakan bahasa Inggris. Memiliki prestasi yang baik dan pengetahuan yang cukup dalam bidang studi tertentu tidak banyak membantu jika para kandidat tidak dapat menunjukkan kefasihan mereka dalam bahasa Inggris. Tidak sedikit para pencari kerja yang memiliki kompetensi yang baik di bidangnya kehilangan kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan yang baik karena kurangnya keterampilan dalam bahasa internasional tersebut.

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan penulis pada Manajemen Syariah dan Perbankan UIN Imam Bonjol Padang bahwa kelas Bahasa Inggris menghadapi beberapa kendala terutama yang berkaitan dengan desain mata kuliah, mahasiswa, dan materi pembelajaran. Mata kuliah ini dirancang secara mandiri oleh para dosen. Lembaga dalam hal ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada umumnya belum memiliki tujuan yang jelas yang ingin dicapai melalui perkuliahan. Lembaga menuntut mahasiswa untuk dapat menggunakan bahasa Inggris lisan dan tulisan dalam konteks bisnis, namun batasan tersebut terlalu luas untuk didefinisikan oleh dosen sebagai perancangan mata kuliah.

Untuk itu penulis melakukan penelitian tentang pengembangan bahan ajar bahasa Inggris berbasis pendekatan content-based instruction. Ini bisa menjadi alternatif solusi setidaknya karena tiga alasan. Pertama, pendekatan berbasis konten cocok digunakan di sekolah kejuruan atau di sekolah tingkat universitas seperti sekolah bisnis di mana peserta didik dipersiapkan untuk menguasai bahasa Inggris untuk tujuan akademis dan pekerjaan (Davies, 2003:2). Menurut Snow (dalam Villalobos, 2013:72), konten adalah penggunaan materi pelajaran yang mungkin terdiri dari topik atau tema berdasarkan minat atau kebutuhan dalam pengaturan EFL dewasa, atau mungkin sangat spesifik, seperti mata pelajaran yang dipelajari siswa sedang belajar. Alasan kedua adalah agar silabus berbasis konten dapat dikembangkan sesuai dengan prinsip ESP (Chen, 2015:1) dalam hal ini bahasa Inggris untuk tujuan akademik dan bisnis bisnis. Alasan ketiga adalah bahwa pendekatan berbasis konten menghasilkan peningkatan motivasi intrinsik dan pemberdayaan melihat bahwa siswa terfokus pada materi pelajaran yang penting bagi kehidupan mereka (Brown, 2007:49).

Masalah yang dibahas dalam artikel ini terkait dengan kasus silabus yang digunakan dalam pengajaran bahasa Inggris tidak dirancang berdasarkan kebutuhan siswa. Topik diskusi yang disajikan dalam silabus sebagian besar didominasi oleh grammar focus dan English for General Purposes. Sekolah tidak memiliki bahan ajar bahasa Inggris standar. Akibatnya, setiap dosen dalam pengajaran tim bahasa Inggris cenderung memilih bahan ajar berdasarkan preferensinya sendiri. Para siswa memiliki penguasaan bahasa Inggris Bisnis yang rendah seperti penguasaan kosakata yang rendah, istilah dan ungkapan yang biasa digunakan dalam bisnis.

Dengan adanya permasalahan yang belum terselesaikan tersebut, maka tujuan dari artikel ini adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan mahasiswa Jurusan MPS UIN Imam Bonjol Padang; dan mengembangkan bahan ajar bahasa Inggris berbasis pendekatan content-based instruction (CBI).

English for Specific Purpose (ESP)

ESP didefinisikan sebagai pendekatan pengajaran bahasa di mana semua keputusan mengenai isi dan metode didasarkan pada alasan pembelajar untuk belajar (Hutchinson dan Waters, 1987:19). ESP memiliki sejarah panjang dalam bidang pengajaran bahasa, yang dimulai pada tahun 1960-an ketika kursus bahasa Inggris umum tidak dapat memenuhi kebutuhan pembelajar bahasa. Ada tiga umum munculnya kursus ESP: tuntutan Dunia Baru yang Berani, revolusi dalam linguistik dan fokus pada pelajar (Hutchinson dan Waters, 1987:23).

Pengembangan Bahan Ajar dalam ESP

Pengembangan bahan ajar sebagai salah satu aspek dalam pengajaran Bahasa Inggris untuk Keperluan Khusus bertujuan untuk menganalisis kebutuhan siswa dan menyelenggarakan bahan ajar agar terjadi sinkronisasi antara kebutuhan siswa dan bahan ajar itu sendiri. Byram (2000:286) berpendapat bahwa pengembangan bahan ajar adalah proses untuk menemukan kebutuhan siswa dan menyesuaikan bahan desain agar sesuai dengan kebutuhan tersebut. Artinya, pengembangan bahan ajar dalam bahasa Inggris untuk Keperluan Khusus tidak hanya fokus pada penyediaan materi tetapi juga analisis kebutuhan siswa. Oleh karena itu, materi yang diberikan akan membenahi dan mendukung siswa untuk mencapai kebutuhan mereka di tempat kerja.

Pendekatan Instruksi Berbasis Konten

Dalam penelitian ini hakikat belajar mengajar bahasa dilihat dari konsep pendekatan komunikatif yang digali dari filosofi konsep interaksionis. Artinya, komunikasi tidak hanya merupakan hasil dari proses

pengajaran tetapi juga dapat menjadi media pengajaran bahasa. Penerapan konsep interaksionis dalam pengajaran bahasa ditemukan dalam pengajaran bahasa komunikatif (CLT) (Richards dan Rodgers, 2001:153). Mereka mengklaim bahwa metode ini lebih berfokus pada peran peserta didik daripada guru.

Selain itu, metode ini lebih menekankan proses pengajaran pada penggunaan bahasa untuk komunikasi daripada proses meniru, mengebor, menghafal, dan mengajar struktur bahasa. Lebih lanjut mereka menyebutkan bahwa pendekatan komunikatif dalam pengajaran bahasa dimulai dari teori bahasa sebagai alat komunikasi (Richards dan Rodgers, 2001:159). Secara singkat, Spratt, dkk. (dalam Ghazali, 2011:28) menyimpulkan bahwa kita tidak belajar bahasa asing dengan baik melalui tata bahasa dan terjemahan. Kita juga tidak belajar dengan terus berlatih sampai kita membentuk kebiasaan. Kita belajar dengan mempelajari bahasa, berinteraksi dan berkomunikasi.

Sebagai pendekatan terbaru, pengajaran bahasa komunikatif bertujuan untuk mengembangkan kompetensi komunikatif peserta didik. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan penerapan pendekatan Content-Based Instruction (Richards, 2005:29). Ini termasuk merancang atau mengembangkan bahan ajar yang akan digunakan sebagai titik awal bersama untuk fokus menciptakan proses kelas yang memfasilitasi pengajaran bahasa komunikatif (Villalobos, 2014:03). Selain itu, penggunaan CBI dalam pengajaran bahasa juga sesuai untuk digunakan di sekolah kejuruan atau di tingkat universitas seperti sekolah bisnis di mana peserta didik dipersiapkan untuk menguasai bahasa Inggris untuk tujuan akademis dan pekerjaan (Davies, 2003:2 ; Richards dan Rodgers, 2001:216).

Untuk mengetahui hubungan antara CBI dan pekerjaan mengembangkan bahan ajar bahasa Inggris dan bagaimana cara kerjanya secara teoritis untuk membantu keberhasilan pengajaran bahasa bagi mahasiswa bisnis, penting untuk mengeksplorasi prinsip-prinsip CBI. Richards dan Rodgers (2001:207) mengklaim bahwa ada dua prinsip utama sebagai prinsip dasar dalam CBI. Mereka pertama-tama menyatakan bahwa orang belajar bahasa kedua lebih berhasil ketika mereka menggunakan bahasa sebagai sarana untuk memperoleh informasi, bukan sebagai tujuan itu sendiri. Kedua, mereka menyatakan bahwa CBI lebih mencerminkan kebutuhan pelajar untuk mengajar bahasa kedua atau bahasa asing. Kedua prinsip ini mengungkapkan bahwa CBI mengarah pada pengajaran bahasa yang lebih efektif dan memenuhi kebutuhan siswa.

Tugas bahasa dan keterampilan yang dibutuhkan untuk komunikasi interpersonal dalam bisnis. Oleh karena itu, untuk memenuhi isi, tugas, dan praktik serta cara mengajar yang sesuai dengan kebutuhan siswanya, penulis perlu memulai suatu kegiatan yang disebut Analisis Kebutuhan (NA). Teori yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan NA adalah konsep yang didefinisikan oleh Dudley-Evans dan St. John (1998:125). Ini mencakup analisis 8 aspek yang terkait dengan keinginan, sarana, analisis kebutuhan subjektif; analisis situasi saat ini; analisis situasi sasaran dan kebutuhan sasaran; tidak memiliki analisis; kebutuhan mengajar; analisis linguistik, analisis wacana, analisis genre; apa yang diinginkan dari kursus; dan berarti analisis.

Analisis Kebutuhan

Selain konsep NA, literatur penting lainnya yang perlu diulas adalah konsep desain silabus. Salah satu yang sesuai dengan penerapan pendekatan berbasis konten dalam penelitian ini adalah silabus berbasis topik atau konten. Richards (2001:157) mengklaim bahwa dengan silabus topikal atau berbasis konten, konten daripada tata bahasa, fungsi, atau situasi adalah titik awal dalam desain silabus. Selain itu, Chen (2015:1) menyebutkan bahwa konsep silabus berbasis konten dapat dikembangkan sesuai dengan prinsip ESP, dalam hal ini untuk tujuan bisnis. Dia menyatakan bahwa poin penting dalam merancang silabus berbasis konten adalah membiarkan pelajar memahami hubungan antara bahasa dan konten.

Brinton, Snow, Wesche, dan Mohan (dalam Richards, 2001:158) secara rinci mengklaim bahwa keunggulan silabus berbasis konten adalah: 1) memudahkan pemahaman; 2) konten membuat bentuk linguistik lebih bermakna; 3) konten berfungsi sebagai dasar terbaik untuk mengajarkan bidang keterampilan; 4) mereka memenuhi kebutuhan pelajar; 5) mereka memotivasi peserta didik; 6) mereka memungkinkan interaksi dari empat keterampilan; dan 7) mereka mengizinkan penggunaan bahan otentik. Berdasarkan kelebihannya, penulis percaya bahwa silabus berbasis konten akan sangat bermanfaat bagi pelajar karena mereka mempelajari tidak hanya struktur bahasa tetapi juga konten spesifik dalam bidang bisnis. Selain itu, memungkinkan mereka untuk menguasai keterampilan bisnis tertentu seperti yang dibahas melalui konten atau topik yang terkait dengan bisnis yang paling mereka kenal. Kemudian, penggunaan materi otentik dalam konteks bisnis akan mengarahkan mereka untuk mempersiapkan keterampilan untuk tujuan kerja.

Prosedur tersebut di atas diikuti dengan merancang dan mengembangkan bahan yang akan dicetak dalam model handout. Hal ini didasarkan pada premis bahwa handout merupakan salah satu sumber belajar yang menarik, atraktif, dan mudah dipahami (Tomlinson, 2001:1:xiii; Prastowo, 2014:187; Butcher et al, 2006:137). Mereka mengklaim bahwa handout itu sederhana dan berisi poin kunci pembelajaran yang dapat dimiliki dan dibawa oleh siswa. Itu bisa dalam bentuk materi berbasis kertas atau elektronik yang diberikan kepada siswa sebelum, selama atau setelah sesi pembelajaran (Butcher et al, 2006:137).

Cukup banyak penelitian ENP berbasis NA yang dilakukan di Asia telah menimbulkan beberapa implikasi yang luar biasa untuk pengembangan proses pembelajaran bahasa Inggris untuk tujuan bisnis. Edwards (2000) menulis "Bahasa untuk Bisnis: Penilaian Kebutuhan yang Efektif, Desain Silabus, dan Persiapan Bahan dalam ESP praktis. Studi kasus. Itu terjadi dalam konteks bank khusus yang melibatkan para bankir senior Jerman. Dia menawarkan rekomendasi untuk materi otentik dan tugas pembelajar.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian dan pengembangan (R dan D). Bagian ini memberikan informasi tentang peserta, instrumen dan prosedur. Penelitian ini difokuskan untuk mengembangkan bahan ajar bahasa Inggris berbasis pendekatan content-based instruction dengan responden yang dibagi menjadi dua kelompok; dua kelas siswa tahun pertama (79) dan satu kelas siswa tahun ketiga (39). Karena penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan yang mengacu pada model ADDIE, analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi, data dianalisis dalam empat tahap, tidak termasuk evaluasi, dari berbagai instrumen untuk responden yang berbeda. Analisis didasarkan pada statistik deskriptif seperti frekuensi, persentase, dan rata-rata. Pada tahap analisis frekuensi dan persentase dihitung untuk mengetahui kebutuhan siswa dari seperangkat angket yang mencakup aspek analisis situasi target dan kebutuhan objektif; keinginan, sarana, analisis kebutuhan subjektif; analisis situasi saat ini; kurangnya analisis; analisis kebutuhan pembelajaran; analisis linguistik; apa yang diinginkan dari kursus; dan berarti analisis. Persentase tertinggi tanggapan siswa terhadap analisis tersebut merupakan prioritas pertama yang harus diperhatikan dalam tahap perancangan. Sebelum dibagikan kepada 39 mahasiswa tahun ketiga, instrumen tersebut divalidasi oleh ahli konten bisnis.

Data tahap perancangan dan pengembangan dianalisis dari instrumen yang disebut checklist validasi untuk mengetahui validitas produk. Ada tiga checklist validasi yang harus diisi oleh 1 ahli konten bisnis dan 2 ahli pengembangan materi dan penggunaan bahasa. Para ahli tersebut mengevaluasi desain dan materi yang dikembangkan dengan menilai isi, pemahaman bahasa, presentasi, dan mekanika penulisan. Sistem penilaian mengacu pada rubrik pengembangan materi yang dikembangkan dari Pedoman Pengembangan Materi yang dikeluarkan oleh Departemen Pendidikan Nasional pada tahun 2008. Klasifikasi validitas produk sesuai dengan kategori Ridwan (2005:89).

Pada tahap implementasi, statistik deskriptif lain seperti mencari rata-rata, persentase dan skor rata-rata dihitung untuk meringkas kepraktisan produk. Perhitungan diperoleh dari tanggapan yang tergolong skala empat poin (1) tidak praktis, (2) kurang praktis, (3) praktis, (4) sangat praktis. Dua set kuesioner digunakan sebagai instrumen. Yang pertama dibagikan kepada 2 kelas siswa tahun pertama. Hal ini untuk mengevaluasi persepsi siswa dalam hal kesesuaian waktu, kenyamanan/kemudahan penggunaan materi pembelajaran bahasa Inggris berbasis konten untuk siswa bisnis, dan manfaat penggunaan materi pembelajaran bahasa Inggris berbasis konten untuk siswa bisnis. Satu set instrumen diberikan kepada 1 mata kuliah bisnis dan 1 kuliah bahasa Inggris latar belakang bisnis. Hal ini untuk mengetahui persepsi dosen terkait kepatuhan waktu, kenyamanan/kemudahan penggunaan bahan ajar bahasa Inggris berbasis konten untuk mahasiswa bisnis, dan kelengkapan komponen bahan ajar berbasis konten untuk mahasiswa bisnis.

HASIL DAN DISKUSI

Rata-rata skor dari dua kelompok yang terdiri dari 79 mahasiswa dan 2 dosen dihitung secara terpisah untuk mengetahui skor akhir kepraktisan produk dari masing-masing kelompok. Data yang diambil dalam setiap fase diinterpretasikan dan didiskusikan. Hasil pada tahap analisis diperoleh dari analisis 8 aspek. Yang pertama adalah informasi pribadi tentang pelajar dan sikap mereka terhadap bahasa Inggris. Ditemukan bahwa 73,54% siswa menyadari bahwa bahasa Inggris sangat penting. Lebih khusus lagi, mereka sepakat bahwa ini penting tidak hanya untuk kebutuhan akademis tetapi juga untuk kebutuhan profesional. Oleh karena itu, 69,13% siswa lebih memilih belajar Bahasa Inggris untuk Keperluan Bisnis daripada Bahasa Inggris Umum. Namun, 74,21% siswa jarang melakukan upaya ekstra untuk meningkatkan bahasa Inggris mereka. Akibatnya, aspek kedua, kurangnya analisis menginformasikan bahwa penguasaan kemampuan bahasa Inggris dan Bahasa Inggris untuk Bisnis mereka sebagian besar termasuk dalam kategori buruk.

Selain itu, aspek ketiga, informasi bahasa tentang situasi sasaran menginformasikan bahwa kondisi tersebut disebabkan oleh tidak adanya analisis kebutuhan sebelum kelas dan materi pembelajaran yang berisi topik bisnis. Oleh karena itu, mereka tidak dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan bahasa Inggris baik untuk keperluan akademis maupun pekerjaan di bidang bisnis.

Analisis aspek keempat terkait dengan situasi di mana bahasa Inggris banyak digunakan dalam praktik bisnis. Ditemukan persentase tertinggi pada situasi yang berhubungan dengan bisnis 79,29%, diikuti oleh situasi penulisan CV dan surat lamaran yang masing-masing mendapat porsi 78,12%, membaca etika bisnis 75,56%,

administrasi perbankan 71,12%, dan pemberian instruksi dan arahan 64,11%. Selainnya situasi seperti wawancara kerja, meminta informasi melalui e-mail, panggilan telepon, menjelaskan interaksi pelanggan, dan memberikan saran dan solusi peringkat terendah yang semuanya kurang dari 25%.

Kelima aspek tersebut berkaitan dengan kebutuhan belajar bahasa yang meliputi aspek keterampilan berbahasa dan kegiatan belajar yang paling dibutuhkan siswa. Ditemukan bahwa 82,61% siswa membutuhkan keterampilan berbicara dan diikuti oleh mendengarkan 80,14%, membaca 79,53%, dan menulis 21,78%. Kegiatan belajar yang paling ingin mereka lakukan adalah pekerjaan berpasangan 82,00%. Aspek lainnya adalah analisis terkait topik bisnis yang paling ingin dipelajari siswa. Hal ini menunjukkan bahwa siswa tertarik pada lima topik yang berkisar antara 84,44% hingga 71,11%. Ditemukan bahwa siswa perlu meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan bahasa Inggris untuk bisnis baik untuk tujuan akademis dan pekerjaan 90,14%. Aspek terakhir adalah analisis rata-rata. Diinformasikan bahwa mahasiswa ingin belajar bahasa Inggris menggunakan materi bisnis konten dari tahun pertama di semester 2 52,14% dan ingin diajar oleh tim yang terdiri dari bisnis tertentu dan dosen latar belakang pendidikan bahasa Inggris.

Setelah fase analisis, penting untuk membuat garis besar diagram sebagai panduan dalam fase perancangan. Dapat dilihat pada gambar berikut. Desain bahan yang dikembangkan digambarkan dalam diagram berikut.

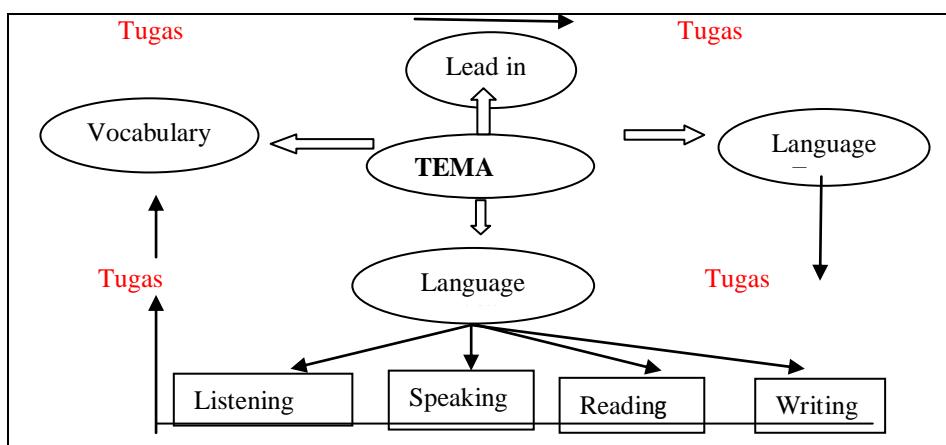


Diagram secara singkat menunjukkan bagaimana proses perancangan dimulai dari pengembangan tema utama yang paling ingin dipelajari siswa. Tema merupakan data yang diambil dari tahap sebelumnya. Dari tema/topik utama dikembangkan 10 sub topik sesuai dengan jumlah handout yang digunakan untuk satu semester, 14 pertemuan tidak termasuk ulangan tengah semester dan ulangan akhir semester. Tema juga menjadi titik tolak untuk menentukan organisasi dan isi materi yang dikembangkan. Organisasi itu terdiri dari empat bagian utama. Mereka memimpin dalam, kosa kata, fokus bahasa, dan keterampilan bahasa. Kemudian, keterampilan berbahasa dibagi menjadi empat bagian yang meliputi keterampilan menyimak, berbicara, menulis, dan membaca. Untuk melengkapi isi dan tugas setiap bagian, kegiatan memilih silabus yang sesuai, menentukan tujuan pembelajaran, memilih topik dan sub topik, mengumpulkan dan memilih teks yang sesuai, menentukan sumber belajar, dan merancang tugas didokumentasikan sebagai cetak biru materi yang dikembangkan.

Cetak biru tersebut divalidasi oleh ahli pengembangan materi yang merekomendasikan beberapa saran. Pertama, disarankan untuk menggambar bagan untuk menguraikan organisasi materi. Kedua, disarankan untuk memasukkan contoh dalam konteks bisnis di bagian fokus bahasa. Setelah tahap perancangan, penulis mengembangkan cetak biru menjadi bahan nyata dalam model handout. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan produk yang valid, dilakukan validasi oleh para ahli pengembangan konten dan materi bisnis yang meliputi aspek konten, pemahaman bahasa, presentasi, dan mekanika penulisan.

Berdasarkan validasi evaluasi ahli, materi yang dikembangkan dinilai dalam kategori valid. Namun, mereka menyarankan untuk merevisi beberapa elemen. Validator 1 merekomendasikan untuk merevisi halaman depan setiap handout. Ia juga menyarankan untuk merevisi tingkat kesulitan tugas pada handout 2. Jadi, tugas tersebut direvisi dari menulis paragraf pendek menjadi menyusun kembali kata-kata acak menjadi kalimat utuh. Validator 2 menyarankan untuk memberikan penjelasan yang jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman siswa yang tidak tahu apa yang harus dilakukan terlebih dahulu. Validator 3 merevisi materi dari segi isi bisnis dan urutannya. Ia menyarankan untuk memasukkan pembahasan tentang administrasi di kantor.

Berdasarkan saran validator, penulis merevisi dan mencetak materi menjadi produk yang dapat diterapkan pada sesi uji coba pada tahap implementasi. Setelah sesi tryout, penulis menemukan bahwa dosen dan mahasiswa sepakat bahwa materi yang dikembangkan praktis untuk mahasiswa bisnis. Namun, indikator kepatuhan waktu dinilai paling rendah skornya. Skor tertinggi diperoleh dari indikator seberapa bermanfaat materi tersebut. Nilainya 90,94 dan dikategorikan sangat praktis.

SIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian dan pengembangan yang bertujuan untuk mengembangkan bahan ajar bahasa Inggris berbasis pendekatan berbasis konten untuk mahasiswa bisnis. Lebih khusus lagi, tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui kebutuhan riil mahasiswa bisnis, merancang dan mengembangkan bahan ajar, serta untuk mengetahui validitas dan kepraktisan bahan yang dikembangkan. Hasilnya, produk akhir dari penelitian ini adalah seperangkat silabus berbasis konten dan handout berbasis konten. Temuan pada tahap analisis menginformasikan bahwa kebutuhan riil mahasiswa bisnis. Mereka lebih suka belajar Bahasa Inggris untuk Keperluan Bisnis daripada Bahasa Inggris Umum. Hasil temuan pada tahap perancangan dan pengembangan menunjukkan bahwa produk dikategorikan sangat valid. Hasil pada tahap implementasi membuktikan bahwa produk tersebut praktis untuk digunakan di sekolah bisnis. Namun, penulis menyadari bahwa pasti ada beberapa kelemahan yang ditemukan dalam produk akhir untuk keterbatasan penelitian.

REFERENSI

Basturkmen, H. Ideas and Options in English for Specific Purposes. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. 2006.

Butcher, B., Davies, C., Highton, M. (2006). *Designing Learning: From Module Outline to Effective Teaching*. New York: Routledge

Chen, Y (2015). Content-based Business English Course for EFL. *The Internet TESL Journal*. iteslj.org/.../Chien-BusinessEnglish.html

Davies, S. (2003). Content Based Instruction in EFL Context. *The Internet TESL Journal*, Vol. IX, No.2. <http://iteslj.org/>

Dudley-Evans, T. & Jo St John, M. (1998). *Developments in English for Specific Purpose: A multi-disciplinary approach*. Cambridge: Cambridge University Press

Prastowo, A. (2014). *Pengembangan Bahan Ajar Tematik: Tinjauan Teoritis dan Praktik*. The 1st Edition. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.

Richards, J.C. (2001). *Curriculum Development in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press. Richards, J.C. (2005). *Communicative Language Teaching Today*. RELC Portfolio Series 13. Singapore: SEAMEO Regional Language Center.

Richards, J.C. (2001). *Approaches and Methods in Language Teaching*. Second edition. Cambridge: Cambridge University Press

Orr, T. (2002). *English for Specific Purposes*. Case Studies in TESOL Practice Series, Jill Burton, Series Editor. Virginia: Teachers of English to Speakers of Other Languages, Inc.

Tomlinson, B. (2011) *Materials Development in Language Teaching*, 2nd Edition. Frontmatter. Cambridge: Cambridge University Press

Villalobos, O. B. (2013). Content-Based instruction: A Relevant Approach of Language Teaching. *Journal of Innovation Education*. Vol. XV. No. 2