

## ANALISIS KEBUTUHAN TERHADAP BAHAN AJAR KETERAMPILAN BERBICARA PADA MATA KULIAH *ENGLISH FOR MARKETING*

Citra Kusumaningsih<sup>1</sup>, Finny Anita<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>IKIP PGRI Pontianak

Corresponding email: [citra.kusumaningsih@gmail.com](mailto:citra.kusumaningsih@gmail.com)

Received: 23<sup>rd</sup> of June 2021, Accepted: 26<sup>th</sup> of September 2021, Published: 2<sup>nd</sup> of December 2021

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui target kebutuhan mahasiswa serta kebutuhan bahan ajar terhadap keterampilan berbicara mahasiswa program studi pendidikan bahasa Inggris IKIP PGRI Pontianak yang mengikuti perkuliahan mata kuliah *English for Marketing*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan campuran yakni kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa semester Enam yang mengikuti mata kuliah pilihan *English for Marketing* dan Dosen program studi pendidikan bahasa Inggris IKIP PGRI Pontianak. Data dikumpulkan melalui kuisioner dan wawancara. Data yang terkumpul diklasifikasikan sehingga kebutuhan mahasiswa dalam pembelajaran *English for Marketing* dapat diidentifikasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terlihat bahwa program studi pendidikan bahasa Inggris dan dosen pengampu mata kuliah *English for marketing* masih membutuhkan banyak perhatian terhadap kebutuhan bahan ajar mahasiswa, khususnya pada *speaking skills* di mata kuliah *English for marketing*. Bahan ajar untuk keterampilan berbicara bahasa Inggris mengenai *marketing* juga masih kurang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan mahasiswanya. Selain itu, berdasarkan hasil kuisioner dan wawancara, dalam proses pengajaran, dosen perlu mengeksplor teknik dan sumber lain untuk mengajar berbicara Bahasa Inggris mengenai *marketing* bagi mahasiswanya.

**Kata Kunci:** analisis, bahan ajar, keterampilan berbicara, *English for marketing*.

### Abstract

*This research objectives are finding the target needs and learning needs of students who joined into English for marketing class. This research used mixed approach, namely quantitative and descriptive qualitative. The subject of this research is sixth semester students of English education study program who joined into English for marketing class. Data was collected from questionnaire and interview, it would be classified in order to get the information about what students' need for speaking skills in English for marketing class. Based on the data revealed that English education study program and also the lecturers who taught the course are still needed to pay their attention to teaching materials for this course, especially for students'. Teaching materials speaking skills about marketing terms. Then, the students also stated they needed extended speaking for English marketing materials in order to help them improving students' speaking skills, mean while based on the data revealed questionnaire and interview, the lecturers need to explore the teaching techniques and many other sources, it is for helping student's competences on speaking skills for marketing.*

**Keywords:** analysis, teaching materials, speaking skills, *English for marketing*

Copyright (c) Citra Kusumaningsih, Finny Anita

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan selalu berjalan seiring waktu, kebutuhan perguruan tinggi untuk menghasilkan generasi yang mampu melangsungkan keberlanjutan pembangunan sebuah negara menjadi hal yang sangat diharapkan setiap tahunnya. Kebutuhan tersebut menjadikan salah satu perguruan tinggi swasta yakni, IKIP PGRI Pontianak, program studi pendidikan bahasa Inggris menyediakan beberapa mata kuliah pilihan yang mempersiapkan calon lulusannya memiliki bekal yang mampu menopang kompetensi mereka sebagai calon guru. Mata kuliah pilihan ini merupakan mata kuliah yang dapat dipilih oleh mahasiswa sesuai dengan minatnya untuk menambah serta melengkapi pengetahuan dan kompetensi keterampilan berbahasa Inggris mahasiswa.

Adapun salah satu mata kuliah pilihan yang disediakan oleh program studi pendidikan bahasa Inggris IKIP PGRI Pontianak, diantaranya yakni mata kuliah *English for Marketing*. Pada mata kuliah ini, capaian pembelajaran mata kuliah (CPMK) yang disiapkan oleh program studi yakni mahasiswa diharapkan mampu memahami dengan baik mengenai istilah-istilah *English for Marketing* serta terampil menerapkan ungkapan maupun kosakata mengenai *English for Marketing* secara lisan maupun tulisan.

Dosen sebagai salah satu bagian dari kesuksesan program studi di sebuah perguruan tinggi yakni, program studi pendidikan bahasa Inggris IKIP PGRI Pontianak tentunya dipandang sangat penting untuk memfasilitasi mahasiswanya memperoleh kompetensi keterampilan berbahasa Inggris yang memadai sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan saat ini. Sebagai pengampu mata kuliah pilihan berupa mata kuliah kejuruan (*English for Specific Purposes*) termasuk diantaranya yakni mata kuliah *English for Marketing*, dosen yang profesional dibidangnya diharapkan mampu merancang dan mengembangkan silabus serta materi ajar sesuai dengan kebutuhan peserta didiknya. Wright (1992) menyatakan bahwa *purposes it means that type of the language learning, which has its focus on all aspect of language pertaining to a particular field of human activity*, yakni ESP merupakan jenis pembelajaran bahasa, yang berfokus pada semua aspek bahasa yang berkaitan dengan bidang tertentu dari aktivitas manusia.

Kegiatan pembelajaran akan menjadi lebih efektif jika dosen pengampu mata kuliah mampu menyesuaikan dengan kebutuhan utama mahasiswanya. Melalui analisis kebutuhan, salah satunya yang dipandang perlu untuk dilakukan sebagai upaya penyesuaian tersebut. Melalui analisis kebutuhan mahasiswa, diharapkan dapat membantu tenaga pendidiknya yakni dosen untuk

mengambil keputusan maupun kebijakan yang tepat terkait tujuan maupun kegiatan pembelajaran yang hendak dilakukan, seperti yang dikatakan oleh Poedjiastuti (2017) yang mengatakan bahwa *need analysis holds the very important data for educators to make the right decisions.*

Analisis kebutuhan merupakan salah satu bagian penting dari pengembangan sebuah kurikulum pada satuan pendidikan, yang mana didalamnya terdapat rencana pembelajaran, rancangan silabus, pengembangan materi ajar, dan rancangan pembelajaran. Melalui analisis kebutuhan maka akan diperoleh informasi mengenai apa saja yang diperlukan oleh mahasiswa dalam proses pembelajaran. Hutchinson and Waters' (2010) mengemukakan tentang definisi *need*, yaitu dengan mengklasifikasikan *needs* ke dalam *target needs* (apa yang mahasiswa perlukan untuk dapat berkomunikasi pada target situasi) dan *learning needs* (apa yang mahasiswa perlukan untuk dapat belajar). Selanjutnya *target needs* dibagi lagi menjadi: *Necessities*: Aspek bahasa apakah yang para mahasiswa perlukan. *Lacks*: Apa yang belum dikuasai para mahasiswa. *Wants*: Apa yang ingin dipelajari oleh para mahasiswa.

Pada mata kuliah *English for Marketing* terdapat empat keterampilan berbahasa Inggris mengenai *marketing* yang harus dikuasai oleh mahasiswa, namun satu keterampilan yang lebih diperlihatkan pada mata kuliah ini adalah keterampilan berbicara menggunakan bahasa Inggris. Didalam penelitian ini, adapun analisis kebutuhan yang dilakukan adalah berfokus pada kebutuhan materi ajar *speaking skills* pada mata kuliah *English for marketing*, sejalan dengan sasaran yang diharapkan dari mata kuliah tersebut, serta mengingat pentingnya pengembangan akan materi ajar yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan betapa pentingnya melakukan analisa kebutuhan untuk mengetahui kebutuhan bahan dan metode ajar yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan peserta didik (Ali & Salih, 2013). Seperti yang diungkapkan oleh Frendo (2012) bahwa bagian utama dari pekerjaan seorang pengajar adalah mengumpulkan dan menganalisis banyak informasi untuk memastikan bahwa pengajaran kita dapat berjalan efektif dan efisien. Frendo juga mengungkapkan ketika kita mendapatkan analisis kebutuhan dengan benar, artinya pengajaran kita telah sesuai dengan apa yang mahasiswa butuhkan. Sebaliknya, ketika mendapatkan analisis kebutuhan yang salah, kita tidak dapat mengajarkan ESP. Inilah sebabnya mengapa analisis kebutuhan merupakan keterampilan profesional yang paling penting bagi para guru ESP (Frendo, 2012). Sejalan dengan pendapat Frendo, lebih spesifik Haque (2014) juga berpendapat bahwa

dengan melakukan analisis kebutuhan kita dapat menetapkan tujuan pembelajaran, memandu pemilihan konten ajar, memodifikasi silabus, metodologi, dan pendekatan pembelajaran.

Berdasarkan informasi diatas, analisis kebutuhan memainkan peran penting di dalam pengajaran dikarenakan melalui analisis kebutuhan, dosen, mahasiswa, materi ajar, prosedur pengajaran; semua dapat terhubung dengan baik guna meningkatkan luaran dari proses pembelajaran mahasiswa. Penelitian ini merupakan tahapan pertama atau kajian dasar dari serangkaian penelitian kedepan dalam proses pengembangan dan evaluasi bahan ajar pada mata kuliah materi ajar *English for Marketing*.

## **METODE**

Berkaitan dengan jenis pembelajaran yang dibutuhkan dan pendekatan instruksional yang paling sesuai dengan kebutuhan tersebut, peneliti cenderung menggunakan metode penelitian pengembangan (*Research & Development*). Richey dan Klein (2005) mendefinisikan bahwa jenis penelitian ini sebagai studi sistematis untuk mengembangkan dan mengevaluasi proses dengan tujuan untuk membangun dasar empiris untuk penciptaan produk instruksional dan non-instruksional. tahapan dan prosedur dalam pelaksanaan penelitian ini akan menggunakan Dick, Carey & Carey's (1990) Instructional Development Model. Langkah-langkahnya akan diimplementasikan dalam kegiatan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation*). Karena penelitian ini merupakan tahap awal dari kelima langkah di atas, maka penelitian yang akan dilakukan adalah analisa kebutuhan (*need analysis*).

Salah satu cara terbaik untuk meningkatkan keterampilan berbicara mahasiswa adalah dengan mengetahui apa yang dibutuhkan mahasiswa dalam belajar berbicara bahasa Inggris. Peneliti berharap kerangka materi berbicara bahasa Inggris melalui penelitian ini dapat diterapkan. Metode penelitian ini adalah metode campuran (*mix method*). Terkadang pertanyaan penelitian tidak hanya dijawab dengan satu metode saja, baik kualitatif maupun kuantitatif, pada saat itu bisa muncul metode campuran untuk menciptakan pendekatan baru, sehingga peneliti dapat memperoleh keuntungan dari segi kuantitatif dan kualitatif. Menurut Almeida (2018), metode campuran adalah suatu pendekatan yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif menjadi satu penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih konkret. Data kuantitatif diperoleh dari kuesioner yang terdiri dari 11 butir soal yang meliputi kesulitan berbahasa Inggris, mengetahui apa kebutuhan mahasiswa untuk belajar *English for marketing*, target mahasiswa pada materi keterampilan berbicara di bidang *marketing*, dan kebutuhan metode mengajar berbicara bahasa

Inggris. Sedangkan data metode kualitatif diperoleh dari wawancara dosen dan mahasiswa. Wawancara mahasiswa dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih jelas dari kuesioner yang sudah dijawab.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh data bahwa penerapan ragam teknik mengajar yang menarik merupakan hal yang sangat baik untuk dilakukan sebagai upaya meningkatkan keterampilan berbicara bahasa inggris mahasiswa. Selain itu, mahasiswa juga sejalan dengan pendapat dosen mereka yakni kompetensi keterampilan berbicara dengan baik akan memudahkan mahasiswa memperoleh pekerjaan, dengan memiliki kompetensi keterampilan berbicara bahasa inggris fasih agar mampu bersaing dengan yang lain untuk memperoleh pekerjaan.

Secara keseluruhan persentase pencapaian mahasiswa pada keterampilan berbicara inggris mengenai *marketing* bisa dikatakan baik, terlihat 63% mahasiswa yang mengutarakan bahwa untuk karir di masa mendatang merupakan tujuan utama mahasiswa mempelajari keterampilan berbicara bahasa inggris. Kemudian mahasiswa juga berharap mampu meningkatkan keterampilan berbicara mereka dengan mengikuti kegiatan *English club* di kampus, terbukti dengan perolehan data persentase tertinggi 37,5%.

Mahasiswa juga memiliki pendapat yang sejalan dengan dosennya sehubungan dengan angket mengenai target kebutuhan yang hendak diperoleh. Mereka mengatakan bahwa mereka masih memerlukan lebih banyak sumber bahan belajar yang tepat untuk ketrampilan berbicara mereka mengenai *English for marketing*. Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa mahasiswa saat ini memerlukan sumber-sumber materi yang tepat, khususnya *public speaking* yang otentik, terlihat sekitar 43% mahasiswa memilih otentik *public speaking* sebagai sumber materi *speaking skills* untuk mata kuliah *English for marketing*. Selain itu juga, data juga memperlihatkan bahwa internet sebagai sumber belajar lain yang digunakan oleh mahasiswa pada pembelajaran keterampilan berbicara bahasa Inggris mereka untuk mata kuliah tersebut, terbukti pada hasil angket kuisisioner sebanyak 50%.

Selanjutnya terdapat 37,1% yang mengungkapkan bahwa mahasiswa merasa belajar keterampilan berbicara bahasa Inggris mengenai *marketing* adalah hal yang sulit, dikarenakan mereka kurang mengetahui bagaimana belajar yang tepat untuk mengasah kemampuan berbicara

bahasa inggris mereka, kemudian mahasiswa juga berpikir bahwa pembelajaran keterampilan berbicara mengenai *marketing* dirasakan sulit bagi mereka disebabkan oleh lingkungan yang tidak mendukung seperti terlihat 40,7 % yang menyatakan tentang itu.

Dosen maupun mahasiswa menyepakati bahwa mereka menginginkan agar setiap pertemuan di kelas, sebelum memulai perkuliahan dilakukan diskusi berkelompok sekitar 15 menit mengenai materi yang akan dipelajari, kemudian mahasiswa juga dituntut untuk berbicara menggunakan bahasa inggris, seperti yang terlihat data yang diperoleh yakni 50% mahasiswa menginginkannya. Hasil berikutnya, terdapat informasi yang mengatakan bahwa hampir separuh mahasiswa (40,7%) memilih teknik berpasangan dan melakukan grup diskusi untuk membantu mereka meningkatkan keterampilan berbicara bahasa inggrisnya, khususnya dibidang *marketing*.

Berdasarkan hasil yang telah tertuang diatas, maka dapat dikatakan bahwa memiliki kemampuan berbicara bahasa Inggris dengan baik dan benar di bidang *marketing* untuk mendukung karir mereka di masa depan merupakan target yang ingin diperoleh oleh mahasiswa, sedangkan kebutuhan belajar mahasiswa terlihat bahwa mereka masih membutuhkan sumber bahan ajar yang lebih banyak lagi mengenai *English for marketing* dan memilih strategi grup diskusi dan berpasangan sebagai strategi pembelajaran keterampilan berbicara pada mata kuliah *English for marketing* sehingga memudahkan mereka mempelajari materi yang diperoleh.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil temuan yang sudah dideskripsikan diatas, maka bisa dikatakan bahwa *speaking skills* merupakan keterampilan paling terpenting ketika mempelajari bahasa Inggris. Pada pertanyaan pertama ditujukan untuk menemukan apa saja sebenarnya yang menjadi target kebutuhan pada mata kuliah *English for marketing* pada keterampilan *speaking*. Dosen pengampu mata kuliah masih melihat kekurangan akan kebutuhan belajar mahasiswa pada mata kuliah *English for marketing*, ditambahkan lagi bahwa dari materi, teknik, maupun metode masih belum sempurna melengkapi kebutuhan mahasiswa pada mata kuliah *English for marketing*.

### ***Target needs***

Target kebutuhan merupakan apa yang hendak dicapai oleh mahasiswa untuk mencapai kompetensi utama dari pada mata kuliah *English for marketing*. Terdapat 3 aspek yang berkaitan dengan target kebutuhan pada materi keterampilan berbicara bahasa inggris mengenai *marketing*, yakni tujuan, jenjang mahasiswa, dan bahan ajar. Tujuan merupakan target yang kan dicapai oleh mahasiswa selama proses pembelajaran seperti yang dikatakan oleh widodo (2017),

berdasarkan hasil yang diperoleh melalui angket kuisioner dan interview, tujuan mahasiswa dalam mempelajari *speaking skills* pada mata kuliah *English for marketing* yakni untuk mempersiapkan karir di masa mendatang. Hal ini menandakan bahwa ketercapaian mahasiswa dalam mempelajari *speaking skills* adalah memiliki kemampuan *marketing* dengan fasih dan lancar. Hal ini sejalan pula dengan pendapat baker and westrup yang dikutip oleh Lai-Mei long dan sayedeh masoumeh ahmadi yang mengatakan “*bahwa seseorang yang mampu berbicara bahasa inggris dengan baik, maka mereka akan menjadi lebih mudah memperoleh pendidikan yang lebih baik, memperoleh pekerjaan, dan juga memperoleh promosi kerja*”.

Kebanyakan mahasiswa berharap melalui perkuliahan *English for marketing*, keterampilan berbicara mahasiswa menjadi lebih meningkat, ditambah lagi sebagai upaya meningkatkan keterampilan berbicara, mahasiswa ikut serta bergabung dalam kegiatan himpunan mahasiswa program studi pendidikan bahasa inggris, yakni *English club*. Sebagai seorang dosen perlu menyediakan pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswanya. Dosen harus memperhatikan hal tersebut, diantaranya menambah sumber bahan ajar yang sesuai untuk diajarkan pada mahasiswa dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Berbicara mengenai bahan ajar, hampir setengah dari semua mahasiswa memilih autentik *public speaking*, hal ini artinya mahasiswa lebih senang memperoleh pembelajaran tidak hanya dari buku cetak namun juga dari internet. Sejalan dengan hal itu, menurut Nunan yang dikutip oleh Thomlinson (2013) yang mengatakan bahwa prinsip bahan ajar, yakni sudah seharusnya diketahui oleh dosen untuk mengembangkan bahan ajar dimana materinya harus mampu menyemangati mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan berbahasa inggris mereka mengenai *marketing*.

Selanjutnya, diinformasikan juga berdasarkan hasil data penelitian yang diperoleh yakni tentang kesulitan yang dihadapi oleh mahasiswa pada mata kuliah *English for marketing*, diantaranya berasal dari materi, strategi, serta lingkungan pembelajaran di kelas. Berdasarkan informasi yang dibahas sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan mahasiswa pada mata kuliah *English for marketing* akan membantu mereka pada karirnya di masa mendatang, kemudian terlihat perlu sekali membuat draft bahan ajar pada mata kuliah *English for marketing* yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

### **Kebutuhan belajar**

Kebutuhan belajar merupakan cara untuk mencapai target maupun tujuan yang diinginkan oleh mahasiswa. Tomlinson mengatakan bahwa bahan ajar *speaking skills* bisa didefinisikan

sebagai objek yang memfasilitasi mahasiswa untuk belajar *speaking* di kelas. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, dosen menggunakan group presentation secara daring untuk aktifitas keterampilan berbicara bahasa inggris di kelas, kemudian ditambahkan lagi bahwa dosen menyampaikan mengenai keterbatasan bahan ajar mengenai *English for marketing*, hal ini sejalan dengan pendapatnya Harmer (2007) yakni peran dosen dimana dosen menjadi partisipan pada saat mahasiswa melakukan presentasi.

Walaupun mahasiswa menyetujui tentang teknik yang digunakan oleh dosen, namun tidak dipungkiri bahwa kebutuhan belajar tetap sangat dibutuhkan karena bahan ajar keterampilan berbicara bahasa inggris mengenai marketing harus sesuai dengan tujuan pembelajaran pada mata kuliah *English for marketing*. Sebagai upaya meningkatkan keterampilan berbicara bahasa inggris, hampir setengah dari seluruh mahasiswa memilih melakukan grup diskusi selama 15 menit sebelum perkuliahan dimulai dan mahasiswa wajib berbicara menggunakan bahasa inggris di setiap perkuliahan pada mata kuliah *English for marketing*. Hutchinson dan Waters (1991) mengungkapkan bahwa keinginan dari peserta didik adalah dimana seseorang menginginkan keterampilan-keterampilan yang dibutuhkan, tetapi karena Ia berada dalam lingkup tertentu yang mengharuskannya untuk menguasai keterampilan lain selain keterampilan yang dibutuhkan.

## SIMPULAN

### Target Kebutuhan

Berdasarkan penjelasan pada bab-bab sebelumnya sesuai dengan kuisisioner dan interview mengenai target kebutuhan akan bahan ajar *speaking skills* pada mata kuliah *English for marketing* yang terdiri dari tujuan (*goal*), jenjang mahasiswa, dan bahan ajar *speaking* mengenai *marketing*. Tujuan mahasiswa pada pembelajaran *speaking skills* adalah untuk mendukung karir di masa yang akan datang. Hal itu menunjukkan bahwa tujuan mahasiswa mempelajari *speaking* mengenai *marketing* adalah menjadi *entrepreneur* yang mampu memperkenalkan bisnisnya hingga manca negara. Kemudian, untuk meningkatkan keterampilan berbicara, mahasiswa bergabung *English club* yang merupakan salah satu kegiatan himpunan mahasiswa program studi pendidikan bahasa inggris, kegiatan ini sangat membantu mahasiswa semakin meningkatkan kemampuan berbicara bahasa inggris mereka.

Berkaitan dengan bahan ajar *speaking skills* pada mata kuliah *English for marketing*, hampir setengah dari seluruh mahasiswa memilih *authentic public speaking*, hal itu bisa didefinisikan bahwa mahasiswa lebih senang memperoleh pembelajaran dari berbagai macam referensi selain



buku cetak. Adapun yang berkaitan dengan kesulitan yang dihadapi mahasiswa pada *speaking skills* di mata kuliah *English for marketing*, yakni bahan ajar, strategi, teknik, lingkungan pembelajaran di kelas.

### **Kebutuhan Pembelajaran**

Adapun penjelasan mengenai kebutuhan pembelajaran, dosen menggunakan grup presentasi secara daring pada aktifitas *speaking skills* di mata kuliah *English for marketing*, seiring dengan keinginan mahasiswa memperoleh bahan ajar dari banyak referensi, dosen pengampu mata kuliah berupaya menyediakan banyak sumber bahan ajar yang dapat membantu mahasiswa meningkatkan keterampilan berbicara bahasa inggris mahasiswa, selain itu setengah dari seluruh mahasiswa juga memilih untuk melakukan grup diskusi sekitar 15 menit sebelum perkuliahan dimulai serta mahasiswa harus berbicara menggunakan bahasa inggris selama perkuliahan berlangsung.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Jika perlu berterima kasih kepada pihak lembaga Kampus IKIP PGRI Pontianak atas dukungan dan peran sertanya untuk melaksanakan penelitian ini hingga selesai dengan baik.

### **REFERENSI**

- Ali, H. I. H., & Salih, A. R. A. (2013). *Perceived Views of Language Teachers on the Use of Needs Analysis in ESP Materials Writing*. *English Language Teaching*, 6(3).
- Almeida, Fernando.(2018) Strategies to Perform a Mixed Methods Study, *European Journal of Education studies*, Vol. 5, Issue. 1, 2018.
- Dick, Walter dan Lou Carey. (1996). *The Systematic Design of Instruction*. New York: Longman
- Frendo, E. (2012). *On The Importance Of Needs Analysis*. Retrieved from [www.pearsonlongman.com/.../pdf/articles/On\\_the\\_importance\\_of\\_needs\\_analysis.pdf](http://www.pearsonlongman.com/.../pdf/articles/On_the_importance_of_needs_analysis.pdf)
- Harmer, Jeremy. *The Practice of English Language Teaching*; Fourth Edition. London: Pearson Longman, 2009.
- Hutchinson and Waters. (2010). *English for specific purposes*, New York: CambridgeUniversity.
- Leong, Lai-Mei and Ahmadi, S. Masoumeh. An Analysis of Factors Influencing Learners' English Speaking. *International Journal of Research in English Education*, 2017.

Nunan, David. (2013). *Practical English Language Teaching*. England: Mc Grawhill Publishing

Poedjiastutie, Dwi. English Learning Needs of ESP Learners: Exploring Stakeholder Perceptions at *An Indonesian University*. *TEFLIN Journal*. Vol. 28, No. 1, January 2017.

Richey, R. C., & Klein, J. D. (2005). Developmental Research Method: Creating Knowledge from Instructional Design and Development Practice. *Journal of Computing in Higher Education*, 16(2), 23-38.

Tomlinson.(2013), *Developing Materials for Language Teaching: Second Edition*, New York: Bloomsbury Publishing Plc.

Widodo, P. Handoyo. Approaches to Needs Analysis in ESP Curriculum Development. *The European Journal of Applied Linguistics and TEFL*. Vol. 6, No. 1, 2017.

Wright, C. (1992) ' *The Benefits of ESP!*' Cambridge Language Consultants. [www.camalang.com/art001.htm](http://www.camalang.com/art001.htm) Retrieved May 25th , 2004