

## PERANAN KETERAMPILAN BERBAHASA INGGRIS DALAM INDUSTRI PARIWISATA

**Luh Sri Damayanti**

Email: sri.damayanti@pib.ac.id

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

### *Abstract*

*Tourism industry in Indonesia is being greater and greater. World Bank even considered as the core business of Indonesia. The development of this industry should be in line with the development of human resources' quality, especially in communicating in English. This was designed as library research aiming at diving deeper into the roles of English in tourism dan hospitality industries. There is 1 problem analyzed through this writing which was how are the roles of English in tourism industry? The data were collected through some relevant journals on English for tourism, the roles of English in the hospitality and tourism industries, as well as the importance of English in the hospitality and tourism industries. It was found that English possesses several important roles. They are communicative role, integrative role, lingua-franca role, relationship-fostering role, business/ economic role, and functional role. Based on those important roles, it is essential for those who are will to work in the hospitality and tourism industries to be able to communicate in English.*

**Keywords:** Roles, Skill, English, Tourism Industry

### **Abstrak**

Industri pariwisata di Indonesia saat ini tengah berkembang pesat. Pariwisata Indonesia saat ini dianggap sebagai *core business* Indonesia oleh Bank Dunia. Perkembangan ini harus sejalan dengan kompetensi dan keterampilan masyarakat yang bergelut dalam industri ini, khususnya keterampilan berbahasa Inggris. Tulisan ini merupakan sebuah *library research* yang bertujuan untuk menyelami lebih dalam tentang peranan Bahasa Inggris dalam industri perhotelan dan pariwisata. Rumusan masalah yang dikaji dalam tulisan ini, yaitu bagaimana peranan Bahasa Inggris dalam industri pariwisata?. Data dikumpulkan dari beberapa jurnal ilmiah yang relevan dengan topik ini. Ditemukan bahwa Bahasa Inggris memiliki peranan yang penting dalam industri pariwisata dan perhotelan. Peran tersebut adalah *communicative role, integrative role, lingua-franca role, relationship-fostering role, business/economic role, dan functional role*. Berdasarkan peranannya tersebut, maka keterampilan berbahasa Inggris merupakan dasar bagi masyarakat yang ingin bekerja di industri pariwisata untuk mampu berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris.

**Kata Kunci:** Peranan, Keterampilan, Bahasa Inggris, Industri Pariwisata

## 1. Pendahuluan

Secara etimologi pariwisata berasal dari kata wisata yang dapat diartikan sebagai perjalanan. Soemanto (2010) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu kegiatan perjalanan yang terencana minimal 24 jam dan kemudian kembali. Definisi ini menjelaskan bahwa perjalanan dalam bentuk apapun dapat dikategorikan sebagai pariwisata, seperti perjalanan dinas, bisnis, pendidikan, kunjungan keluarga, bersantai, hingga perjalanan dalam rangka pemulihan kesehatan. Soemanto (2010) menegaskan bahwa perjalanan tersebut menggunakan waktu luang.

Pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor yang menjadi prioritas dan fokus pemerintah untuk dikembangkan, karena sektor pariwisata saat ini sedang mengalami perkembangan yang luar biasa pesat. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia mencatat bahwa sejak 2013, sektor pariwisata menempati posisi keempat setelah minyak dan gas bumi, batu bara, serta kelapa sawit dalam menyumbangkan devisa negara. Seiring dengan pembangunan infrastruktur pariwisata Indonesia, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia melalui situs resminya menyatakan bahwa devisa pariwisata pada tahun 2016 sebesar US\$ 13.5 miliar pertahun dan pada tahun 2017 devisa pariwisata Indonesia mengalami perkembangan yang luar biasa, yaitu US\$ 16.8 miliar. Perkembangan luar biasa yang ditunjukkan oleh sektor pariwisata Indonesia, menjadikannya sebagai *core business* Indonesia oleh Bank Dunia (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia). Sektor pariwisata selain mampu menyumbangkan devisa, tetapi sektor ini juga mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak.

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia seyogyanya diikuti oleh peningkatan kemampuan sumber daya, sehingga semakin banyak masyarakat yang terserap di sektor pariwisata dan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia. Berbagai keterampilan diperlukan agar

mampu bersaing dalam dunia kerja di sektor pariwisata. Salah satu keterampilan yang perlu dimiliki masyarakat agar mampu bersaing adalah keterampilan berbahasa Inggris. Akan tetapi, kemampuan atau keterampilan Bahasa Inggris orang Indonesia masih berada di posisi terbawah di antara negara-negara yang tergabung dalam MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Kemampuan berbahasa Inggris masyarakat Indonesia berada pada rentang 38.45 – 54.06 (Iriance, 2018: 776). Negara anggota MEA yang memiliki keterampilan berbahasa Inggris tertinggi adalah Singapura, Malaysia, dan Filipina. Sedangkan Indonesia, Vietnam, dan Thailand merupakan 3 negara anggota MEA yang memiliki kemampuan Bahasa Inggris terendah.

Melihat dari kenyataan tersebut, masyarakat hanya memiliki sedikit kesempatan dalam bersaing di dunia global terlebih saat ini sedang digalakkannya Masyarakat Ekonomi Asia, sehingga tenaga kerja dari negara-negara lain di Asia dapat dengan mudah masuk di Indonesia. Bagaimanakah penggunaan Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata? Bagaimanakah peran Bahasa Inggris dalam industri yang mengglobal ini? Serta sejauh manakah keterampilan berbahasa Inggris diperlukan dalam dunia pariwisata? Pertanyaan-pertanyaan tersebut patut mendapatkan perhatian serius dari segala pihak, baik itu masyarakat sendiri sebagai calon tenaga kerja, pemerintah selaku pemangku kebijakan, serta institusi pendidikan selaku pembentuk SDM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya keterampilan Bahasa Inggris serta menganalisis peranan Bahasa Inggris dalam sektor pariwisata. Hasil dari analisis ini diharapkan nanti mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang berkecimpung di dunia pariwisata bahwa Bahasa Inggris memiliki peranan dalam dunia pariwisata.

Studi ini merupakan sebuah *library research* yang dimana penulis mengumpulkan berbagai macam referensi baik itu dari jurnal maupun buku yang terkait dengan topik dari tulisan ini dan kemudian sumber-sumber tersebut dianalisis dengan cermat sehingga dapat menjawab apa yang menjadi pertanyaan dalam studi ini.

## **2. Peranan Bahasa Inggris Dalam Dunia Pariwisata**

Bahasa Inggris memiliki peranan penting dalam dunia pariwisata. Seperti diketahui bahwa Bahasa Inggris merupakan salah satu bahasa internasional yang sangat lazim digunakan dalam dunia pariwisata. Penggunaan Bahasa Inggris di industri pariwisata memudahkan komunikasi antara pelaku pariwisata dengan para wisatawan yang datang dari segala penjuru dunia.

Joseph, Munghate, Arts, & College (n.d.) menyebutkan 6 peran penting Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata. Keenam peran tersebut adalah sebagai berikut.

### **a. *Communicative/Interactive Role***

Ini merupakan peran paling utama Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata. Bahasa Inggris merupakan media komunikasi antara pelaku wisata dengan wisatawan maupun antar wisatawan. Ketika orang dari berbagai negara datang dan mengunjungi suatu tujuan wisata maka bahasa asal tidak dapat lagi dipergunakan karena itu akan sulit dipahami oleh orang lain. Begitu pula para pelaku wisata yang biasanya merupakan orang lokal juga tidak dapat menggunakan bahasa daerahnya karena para wisatawan tidak akan memahaminya. Maka pelaku wisata dan wisatawan perlu menggunakan sebuah bahasa yang kedua belah pihak ketahui. Pada kasus seperti inilah Bahasa Inggris memiliki peranan yang sangat penting, yaitu sebagai medium komunikasi antara kedua belah pihak.

b. *Integrative Role*

Selain memiliki peran sebagai medium komunikasi, Bahasa Inggris merupakan pemersatu. Seperti diketahui kegiatan pariwisata melibatkan banyak orang dari berbagai negara, adat, budaya, ras, dan kepentingan. Bahasa Inggris mengambil peran dalam mengintegrasikan semua orang tanpa mengenal latar belakang orang-orang tersebut.

c. *Lingua-Franca Role*

Peran Bahasa Inggris sebagai *Lingua-Franca* memiliki kemiripan dengan peran Bahasa Inggris sebagai medium komunikasi antar pihak dalam dunia pariwisata. Satu orang wisatawan tidak hanya bepergian ke satu negara saja, banyak diantara para wisatawan yang berkunjung ke lebih dari 1 negara. Ini merupakan hal yang sulit jika seorang wisatawan harus belajar bahasa yang digunakan di negara tujuan sebelum ia mengunjunginya. Bahasa Inggris merupakan jembatan bagi wisatawan dan pelaku wisata. *Lingua-Franca* dapat diartikan sebagai bahasa pengantar atau pergaulan bagi orang-orang yang berada di lingkungan dengan beragam bahasa.

d. *Relation-Fostering Role*

Bahasa Inggris turut membantu manusia untuk membentuk atau memperkuat hubungan antar manusia, khususnya hubungan yang bersifat global. Dalam dunia pariwisata, Bahasa Inggris memungkinkan wisatawan turut serta dalam kegiatan atau aktifitas masyarakat lokal. Ini dikarenakan para wisatawan dapat terlibat dalam dialog dan diskusi dengan masyarakat lainnya dengan menggunakan media Bahasa Inggris.

e. *Economic/Business Role*

Globalisasi memudahkan tenaga kerja dari berbagai negara untuk datang dan bekerja di suatu negara. Bahkan perdagangan lintas

negara pun dapat dilakukan dengan mudah saat ini. Peran Bahasa Inggris sangat besar dalam hal bisnis dan ekonomi. Bahasa Inggris menjadi pengantar dalam bisnis, khususnya dalam bisnis pariwisata.

f. *Functional Role*

Peran terakhir Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata adalah *functional role*. Peran ini membantu wisatawan maupun masyarakat lokal dalam memperoleh informasi tertentu, meminta bantuan, dan fungsi-fungsi lain yang diperlukan dalam kegiatan berwisata.

### **3. Pentingnya Penguasaan Bahasa Inggris Bagi Pelaku Pariwisata**

Pertanyaan kedua yang ingin dijawab dalam *library research* ini adalah tentang pentingnya penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata. Pada paparan sebelumnya telah disebutkan peranan Bahasa Inggris dalam sektor pariwisata sehingga dapat diketahui bahwa penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata adalah penting adanya. Pertanyaan kedua yang ingin dijawab dalam *library research* ini adalah tentang pentingnya penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata. Pada paparan sebelumnya telah disebutkan peranan Bahasa Inggris dalam sektor pariwisata sehingga dapat diketahui bahwa penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata adalah penting adanya (Erazo, Ramírez, Encalada, Holguin, & Zou, 2019: 156). Dikatakan pula bahwa keterampilan berbahasa Inggris penting dimiliki untuk membangun karir di industri pariwisata (Prabhu & Wani, 2016: 6). Al-saadi (2015: 33) menambahkan bahwa keterampilan berbahasa Inggris merupakan syarat untuk mampu meraih posisi manajerial dalam sebuah hotel atau bisnis akomodasi dalam pariwisata.

Penguasaan Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata akan berimbas pada beberapa hal terkait (Al-saadi, 2015: 33), yaitu sebagai berikut.

- a. Meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memiliki keterampilan berbahasa Inggris, maka pelaku pariwisata akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggannya.
- b. Memotivasi wisatawan internasional. Dengan mampu berkomunikasi dalam Bahasa Inggris maka akan mampu menarik minat wisatawan internasional untuk datang karena komunikasi yang terjadi akan lebih efektif.
- c. Membantu memahami kebutuhan wisatawan dengan lebih baik. Dengan komunikasi yang baik, maka segala kebutuhan dan keperluan wisatawan dapat dipahami dan diatasi.
- d. Membantu untuk lebih memahami budaya lain.
- e. Membantu meningkatkan efektifitas komunikasi baik komunikasi internal maupun komunikasi eksternal.

Dalam penelitiannya Erazo et al. (2019: 156) mengemukakan keuntungan memiliki keterampilan dan kerugian yang diperoleh jika tidak memiliki keterampilan Bahasa Inggris. Keuntungan memiliki karyawan yang mampu berbahasa Inggris adalah sebagai berikut.

- a. Meningkatkan revenue hotel atau pemasukan tempat wisata.

Memiliki karyawan yang mampu berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Inggris secara tidak langsung dapat meningkatkan revenue atau pemasukan sebuah objek wisata. Ini dikarenakan penguasaan Bahasa Inggris mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Al-saadi, 2015: 33) sehingga mereka tidak akan segan untuk memberikan lebih dan bahkan untuk berkunjung kembali. Selain meningkatkan kepuasan pelanggan, keterampilan berbahasa Inggris juga turut membantu dalam menjual produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat menambah revenue atau pendapatan.

- b. Meningkatkan efektifitas komunikasi antara kedua belah pihak.

Seperti yang telah diungkapkan oleh Al-saadi (2015) di atas bahwa keterampilan berbahasa Inggris dapat meningkatkan efektifitas komunikasi antara pelaku wisata dengan wisatawan serta komunikasi antar pelaku wisata.

- c. Mampu mengoperasikan sistem komputer dengan lebih baik.

Saat ini, pekerjaan di berbagai sektor telah banyak dibantu oleh teknologi, beberapa pekerjaan manual mulai digantikan oleh komputer. Begitu juga yang terjadi di sektor pariwisata. Beberapa hal telah dilakukan secara online, seperti pemesanan dan pemberian komentar atau masukan. Ketika memiliki karyawan yang mampu berbahasa Inggris maka mereka akan lebih mudah dalam mengoperasikan komputer mengingat teknologi lebih banyak menggunakan Bahasa Inggris.

Prabhu & Wani (2016: 6) menambahkan bahwa keterampilan berbahasa Inggris diperlukan bagi pekerja pariwisata dalam 3 hal penting. Ketiga hal tersebut adalah promosi jabatan, penempatan, dan *personal branding*. Keterampilan Bahasa Inggris diperlukan dari level bawah dalam karir di dunia pariwisata hingga di level atas. Keterampilan Bahasa Inggris diperlukan dalam membentuk *personal branding*. *Personal branding* merupakan suatu usaha untuk membentuk citra diri sehingga orang lain dapat melihat kita seperti apa yang kita inginkan. O'Brien (2009) dalam Yunita (2010 : 16) menyatakan bahwa *personal branding* merupakan identitas diri yang dapat mempengaruhi pandangan dan tanggapan orang lain terhadap kualitas diri orang tersebut. Montoya menambahkan bahwa untuk membentuk *personal branding* diperlukan keahlian, keterampilan, keunikan yang dikemas dalam suatu identitas (Yunita, 2010: 16). Keterampilan berbahasa Inggris dapat membantu seseorang dalam membentuk *personal branding* nya. Selain membentuk *personal branding*,



keterampilan Bahasa Inggris juga turut serta mempengaruhi proses penempatan atau *placement* seorang karyawan di industri pariwisata. Yang terakhir adalah keterampilan Bahasa Inggris berpengaruh pada promosi jabatan. Seseorang yang memiliki keterampilan berbahasa Inggris akan dianggap lebih layak untuk dipromosikan untuk jabatan yang lebih tinggi.

Bahasa Inggris penting untuk dikuasai meskipun pada beberapa tempat wisata atau hotel Bahasa Inggris tidak digunakan secara terus menerus. Beberapa hotel atau tempat wisata yang tidak menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi sehari-hari, maka Bahasa Inggris dapat dikategorikan menjadi 2, yaitu *ocassionally*, dan *rarely* (Erazo et al., 2019: 156). *Ocassionally* merupakan keadaan dimana Bahasa Inggris hanya digunakan pada waktu-waktu tertentu saja, misalnya ketika hotel atau tujuan wisata tersebut memiliki wisatawan asing. Tetapi Bahasa Inggris disini tidak digunakan setiap hari karena wisatawan asing tidak datang setiap hari untuk berkunjung. Selain *ocassionally*, Bahasa Inggris juga digunakan secara *rarely* yang berarti Bahasa Inggris sangat jarang digunakan. Ini bisa diakibatkan oleh daerah tujuan wisata bukan merupakan daerah tujuan wisata untuk wisatawan asing sehingga para pelaku pariwisata hanya berhadapan dan berkomunikasi dengan wisatawan lokal yang memiliki Bahasa Nasional yang sama.

#### **4. Penutup**

Dari paparan di atas tentang peran penting Bahasa Inggris dalam industri pariwisata serta pentingnya keterampilan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata, dapat ditarik kesimpulan bahwa Bahasa Inggris memiliki peranan sangat penting dalam proses komunikasi yang terjadi di industri pariwisata, baik itu komunikasi antara pelaku wisata dengan wisatawan maupun komunikasi dalam hal bisnis dan ekonomi. Bahasa

Inggris merupakan pemersatu yang dapat menyatukan orang-orang dengan latar belakang yang berbeda.

Peran krusial dari Bahasa Inggris menyebabkan keterampilan berbahasa Inggris para pelaku pariwisata menjadi hal yang wajib dan esensial. Para pelaku pariwisata dituntut untuk menguasai Bahasa Inggris untuk dapat memberikan kepuasan kepada tamu yang nantinya akan menambah revenue dan pendapatan suatu hotel atau tempat wisata. Keterampilan berbahasa Inggris karyawan hotel atau sektor bisnis lain di pariwisata juga mempengaruhi penempatan kerja, promosi jabatan, bahkan pembentukan citra diri.

Melihat penting keterampilan Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata, maka sangat penting bagi masyarakat, pemerintah, serta institusi pendidikan yang bergerak di bidang pariwisata, seperti sekolah kejuruan, kampus pariwisata, dan lembaga pelatihan kerja untuk mempersiapkan peserta didiknya dalam menghadapi persaingan global dalam dunia pariwisata dengan membekali keterampilan Bahasa Inggris.

### **Daftar Pustaka**

- Al-saadi, N. (2015). Importance of English Language in the Development of Tourism. *Academic Journal of Accounting and Economics Researches*, 4(1), 33–45. Retrieved from [www.worldfresearches.com](http://www.worldfresearches.com)
- Erazo, M. A. C., Ramírez, S. I. M., Encalada, M. A. R., Holguin, J. V., & Zou, J. H. (2019). English Language Skills Required by the Hospitality and Tourism Sector in El Oro, Ecuador. *Theory and Practice in Language Studies*, 9(2), 156. <https://doi.org/10.17507/tpls.0902.05>
- Iriance, I. (2018). Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Lingua Franca dan Posisi Kemampuan Bahasa Inggris Masyarakat Indonesia Diantara Anggota MEA. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 9 (0), 776–783. Retrieved from <https://jurnal.polban.ac.id/index.php/proceeding/article/view/1149/944>
- Joseph, T. C., Munghate, R. G., Arts, S. G. M., & College, S. (n.d.). *Role of English in Travel , Tourism and Hospitality Industry The Multi-faceted Role of English*.
- Prabhu, A., & Wani, P. (2016). A study of Importance of English Language Proficiency in Hospitality Industry and the Role of Hospitality

Educators in Enhancing the Same Amongst The Students. *ATITHYA: A Journal of Hospitality*, 1(1). <https://doi.org/10.21863/atithya/2015.1.1.009>

Soemanto, R. B. (2010). Pengertian Pariwisata, Sosiologi, dan Ruang Lingkup Sosiologi Pariwisata. In *Sosiologi Pariwisata* (pp. 1–32).

Yunita, D. A. (2010). *Personal branding online*.

### **Profil Penulis**

Luh Sri Damayanti, S.Pd., M.Pd. lahir di Buleleng pada tanggal 21 Mei 1993. Penulis merupakan alumni Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja mengambil Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris. Di institusi yang sama, penulis menyelesaikan studi program magister pendidikan Bahasa Inggris pada tahun 2018. Dengan latar belakang pendidikan Bahasa Inggris mengantarkan penulis pada ranah pendidikan, khususnya Bahasa Inggris. 3 tahun bergelut sebagai tenaga pengajar Bahasa Inggris di sebuah yayasan sosial di Buleleng menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam bidang pendidikan Bahasa Inggris. Saat ini penulis merupakan dosen di Politeknik Internasional Bali mengampu mata kuliah Bahasa Inggris untuk Pariwisata.

