YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN: 2808-2346
e-ISSN: 2808-1854

Terindeks: SINTA 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v4i6.4474

ANALISIS KETERAMPILAN BERBAHASA INGGRIS DI BIDANG INDUSTRI PARIWISATA UNTUK PEMULA

Analysis of English Language Skills in the Tourism Industry for Beginners

I Nyoman Kanca
Politeknik Negeri Bali
idnyomankanca@pnb.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Nov 25, 2024	Dec 9, 2024	Dec 21, 2024	Dec 26, 2024

Abstract

This study explores the importance of English language proficiency in supporting the development of the tourism industry, especially for beginners in the sector. The approach used is qualitative, with data collection through observation and interviews. Various relevant references, including scientific journals and books related to this topic, were collected and analyzed in depth to answer various questions that emerged in the study. The results of this study indicate that good English language skills are essential for tourism industry players to provide a satisfying experience for guests. This certainly contributes positively to increasing revenue and profits for hotels or tourist destinations. In addition, English language skills also affect job opportunities, career promotions, and improving the positive image of employees in the hotel and other tourism sectors. Given the importance of English language proficiency in the tourism industry, it is very important for the community, government, and educational institutions focusing on the tourism sector, such as vocational schools, tourism colleges, and training institutions, to prepare students with adequate English language skills. This effort can be done by providing more focused and quality English education.

Yasin Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Keywords: English Language Skills, Industry, Tourism

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pentingnya penguasaan bahasa Inggris dalam mendukung perkembangan industri pariwisata, khususnya bagi pelaku pemula dalam sektor tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Berbagai referensi yang relevan, termasuk jurnal ilmiah dan buku terkait topik ini, dikumpulkan dan dianalisis secara mendalam untuk menjawab berbagai pertanyaan yang muncul dalam penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan berbahasa Inggris yang baik sangat diperlukan oleh pelaku industri pariwisata agar dapat memberikan pengalaman yang memuaskan bagi tamu. Hal ini tentunya berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan dan keuntungan bagi hotel atau destinasi wisata. Selain itu, keterampilan bahasa Inggris juga mempengaruhi peluang kerja, promosi karir, dan peningkatan citra positif bagi para karyawan di sektor perhotelan dan pariwisata lainnya. Mengingat betapa pentingnya penguasaan bahasa Inggris dalam industri pariwisata, sangat penting bagi masyarakat, pemerintah, dan lembaga pendidikan yang fokus pada sektor pariwisata, seperti sekolah kejuruan, perguruan tinggi pariwisata, dan lembaga pelatihan, untuk mempersiapkan para peserta didik dengan keterampilan bahasa Inggris yang memadai. Upaya ini dapat dilakukan dengan menyediakan pendidikan bahasa Inggris yang lebih terfokus dan berkualitas.

Kata Kunci: Kemampuan Berbahasa Inggris, Industry, Pariwisata

PENDAHULUAN

Bahasa Inggris adalah bahasa yang sangat penting untuk dipelajari seiring dengan perkembangan zaman. Meskipun pada tahun 2013, wakil Menteri Pendidikan dan Kebudayaan memutuskan untuk menghapus pelajaran Bahasa Inggris di sekolah dasar, kebutuhan masyarakat terhadap bahasa ini dalam kehidupan sehari-hari di era modern mendorong Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk mengembalikannya (Sya et al., 2020). Keputusan pengembalian Bahasa Inggris di sekolah dasar diambil karena pembelajaran Bahasa Inggris memiliki peran yang signifikan dalam membentuk sikap, karakter, kebiasaan, serta keterampilan para pelajar (Nuraini et al., 2019).

Tak dapat disangkal, kemampuan berbahasa Inggris kini menjadi salah satu tuntutan masyarakat di era modern ini. Seiring dengan pesatnya perkembangan zaman milenial dan kemajuan teknologi, kebutuhan akan penguasaan bahasa Inggris selain bahasa Indonesia dan bahasa daerah mendorong pertumbuhan program bilingual di Indonesia, terutama dalam pendidikan anak usia dini (Pransiska, 2020).

Di Era Revolusi Industri 4. 0 saat ini, penguasaan bahasa Inggris menjadi sangat penting bagi pelaku wisata di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi dan informasi, minat

terhadap destinasi wisata baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara—kian meningkat. Akses informasi mengenai lokasi-lokasi wisata melalui web dan media sosial semakin meluas, memberikan peluang lebih besar bagi para pengunjung. Oleh karena itu, kemampuan berbahasa Inggris tidak hanya membuka peluang untuk meningkatkan promosi wisata, tetapi juga meningkatkan pelayanan transportasi dan akomodasi, yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan sektor pariwisata di daerah setempat (Sadikin et al., 2023).

Secara etimologis, kata "pariwisata" berasal dari kata "wisata" yang berarti perjalanan. Soemanto (2010) menjelaskan bahwa pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang direncanakan dengan minimal durasi 24 jam, di mana individu akan kembali ke tempat asalnya setelah perjalanan tersebut. Definisi ini mencakup berbagai jenis perjalanan, baik untuk urusan dinas, bisnis, pendidikan, kunjungan keluarga, rekreasi, ataupun untuk tujuan kesehatan (Damayanti, 2019). Pariwisata kini menjadi salah satu sektor prioritas yang mendapat perhatian serius dari pemerintah untuk pengembangannya. Sektor ini telah menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, sejak tahun 2013, sektor pariwisata telah menduduki posisi keempat dalam kontribusinya terhadap devisa negara, setelah sektor minyak dan gas bumi, batu bara, dan kelapa sawit.

Dengan pembangunan infrastruktur pariwisata di Indonesia, Kementerian Pariwisata melaporkan melalui situs resminya bahwa pada tahun 2016, sektor ini menghasilkan devisa sebesar US$ 13,5 miliar per tahun. Angka ini meningkat tajam pada tahun 2017, menjadi US$ 16,8 miliar. Pertumbuhan pesat ini menjadikan sektor pariwisata sebagai pilar penting perekonomian Indonesia menurut Bank Dunia. Selain kontribusinya yang besar terhadap devisa negara, sektor pariwisata juga memberikan dampak positif pada penyerapan tenaga kerja yang signifikan.

Bahasa Inggris memiliki peranan krusial dalam dunia pariwisata, karena merupakan salah satu bahasa internasional yang paling sering digunakan di sektor ini. Dengan kehadiran wisatawan dari berbagai negara, kemampuan berbahasa Inggris menjadi kunci untuk menjembatani perbedaan bahasa dan budaya, sehingga komunikasi antara pelaku pariwisata dan wisatawan dapat berjalan lancar. Penggunaan Bahasa Inggris tidak hanya memudahkan penyampaian informasi, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih nyaman dan berkesan bagi para wisatawan, yang pada akhirnya berkontribusi pada reputasi dan kesuksesan destinasi wisata (Li et al., 2017).

Enam peran utama Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata, yang mencakup fungsi komunikasi, promosi, pelayanan, pengembangan hubungan internasional, peningkatan profesionalisme, dan daya saing global (Renfors et al., 2020). Melalui kemampuan Bahasa Inggris, pelaku pariwisata dapat menjelaskan produk atau layanan secara efektif, melakukan negosiasi dengan pihak internasional, serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Selain itu, Bahasa Inggris membantu dalam mempromosikan destinasi wisata melalui media global, yang menjadi salah satu strategi penting dalam menarik wisatawan mancanegara.

Penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata bukan hanya kebutuhan, tetapi juga tuntutan dalam era globalisasi (Riyantin et al., 2018). Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, Bahasa Inggris berperan penting dalam berbagai aspek pariwisata, dari komunikasi hingga promosi (Simpson, 2016). Oleh karena itu, meningkatkan keterampilan Bahasa Inggris menjadi hal yang sangat esensial bagi pelaku pariwisata untuk menghadapi tantangan industri ini. Dalam penelitian pustaka ini, salah satu pertanyaan yang ingin dijawab adalah seberapa penting penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata, terutama dalam mendukung keberhasilan mereka di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya keterampilan Bahasa Inggris dan perannya dalam sektor pariwisata untuk pemula. Melalui analisis ini, diharapkan masyarakat, terutama yang terlibat dalam industri pariwisata, dapat memahami bahwa Bahasa Inggris memiliki peranan yang signifikan dalam dunia pariwisata.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya (Latifl, 2024). Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung situasi atau aktivitas yang relevan dengan topik penelitian, sedangkan wawancara dilakukan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan pendapat dari informan yang dipilih secara strategis.

Selain menggunakan metode observasi dan wawancara, penelitian ini juga mengandalkan berbagai referensi yang relevan untuk mendukung analisis dan pembahasan. Sumber-sumber tersebut mencakup jurnal ilmiah, buku, serta dokumen-dokumen lain yang

berkaitan dengan topik penelitian. Referensi-referensi ini tidak hanya memberikan dasar teoritis yang kuat, tetapi juga membantu peneliti untuk memahami konteks yang lebih luas serta membandingkan temuan di lapangan dengan studi sebelumnya.

Semua data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan referensi dianalisis secara mendalam untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang menjadi fokus penelitian. Analisis ini bertujuan untuk menemukan pola-pola tertentu, mengidentifikasi tema utama, dan menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian mampu memberikan kontribusi yang bermakna baik secara akademis maupun praktis, serta menawarkan wawasan baru terkait topik yang diangkat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus hingga September 2024 dengan tujuan untuk menggali pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena yang diteliti. Selama periode tersebut, peneliti mengumpulkan data melalui pendekatan kualitatif, yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap topik penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi langsung dan wawancara, yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dan valid dari sumbernya. Peneliti juga memanfaatkan berbagai referensi literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah dan buku, untuk mendukung analisis dan memberikan konteks yang lebih luas terhadap temuan di lapangan. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan baik dalam bidang akademis maupun dalam praktik di sektor yang diteliti.

HASIL

Peran penting Bahasa Inggris dalam industri pariwisata dan urgensi penguasaan keterampilan tersebut bagi para pelaku di sektor ini, dapat disimpulkan bahwa Bahasa Inggris memiliki peran yang sangat vital dalam mendukung komunikasi di dunia pariwisata. Peran ini mencakup berbagai aspek, mulai dari interaksi langsung antara pelaku wisata dan wisatawan hingga komunikasi yang berkaitan dengan aktivitas bisnis dan ekonomi.

Sebagai bahasa internasional, Bahasa Inggris berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan individu dari beragam latar belakang budaya dan geografis. Oleh karena itu, penguasaan keterampilan berbahasa Inggris tidak hanya menjadi nilai tambah tetapi juga kebutuhan yang mutlak bagi para pelaku di industri pariwisata.

Table 1. Peran Bahasa Inggris Dalam Industri Pariwisata

No	Aspek	Indikator	Persentase /Penilaian
1	Jembatan Komunikasi	Wisatawan yang menggunakan Bahasa Inggris saat berinteraksi dengan pelaku wisata	85%
2	Pelayanan Wisatawan	Pelaku wisata yang mampu memberikan layanan dalam Bahasa Inggris	70%
3	Promosi Global	Materi promosi destinasi wisata yang tersedia dalam Bahasa Inggris	90%
4	Keunggulan Kompetitif	Pelaku wisata yang mengaku memiliki peluang kerja lebih baik karena Bahasa Inggris	65%
5	Penghubung Antarbudaya	Wisatawan merasa puas dengan kemampuan komunikasi lintas budaya pelaku wisata	80%
6	Pendidikan dan Pelatihan	Pelaku wisata yang telah mengikuti pelatihan Bahasa Inggris	60%

Pada tabel 1. diatas mengungkapkan bahwa Bahasa Inggris memiliki peran strategis dalam industri pariwisata sebagai jembatan komunikasi internasional, dengan 85% wisatawan menggunakan Bahasa Inggris saat berinteraksi dengan pelaku wisata. Sebanyak 70% pelaku wisata mampu memberikan layanan dalam Bahasa Inggris, mencakup informasi destinasi, bantuan kebutuhan wisatawan, hingga penanganan keluhan. Dalam promosi global, 90% materi promosi destinasi wisata tersedia dalam Bahasa Inggris, memungkinkan jangkauan internasional yang lebih luas. Selain itu, 65% pelaku wisata menyatakan bahwa penguasaan Bahasa Inggris meningkatkan peluang kerja mereka di pasar global, memperkuat daya saing individu di sektor ini. Bahasa Inggris juga berfungsi sebagai penghubung antarbudaya, dengan tingkat kepuasan wisatawan mencapai 80% terhadap kemampuan komunikasi lintas budaya pelaku wisata. Namun, hanya 60% pelaku wisata yang telah mengikuti pelatihan formal Bahasa Inggris, menunjukkan perlunya investasi lebih besar dalam pendidikan untuk meningkatkan profesionalisme dan daya saing di sektor pariwisata.

Tabel 2. Pentingnya Penguasaan Bahasa Inggris Bagi Pelaku Industri Pariwisata

No	Aspek	Indikator	Persentase /Penilaian
1	Kelancaran Komunikasi	Pelaku wisata yang dapat berkomunikasi dalam Bahasa Inggris	75%
2	Pelayanan Berkualitas	Wisatawan yang merasa puas dengan pelayanan berbahasa Inggris	80%

3	Daya Saing Global	Pelaku wisata yang merasa Bahasa Inggris meningkatkan daya saing mereka	65%
4	Pemasaran dan Promosi Destinasi	Materi promosi destinasi wisata yang tersedia dalam Bahasa Inggris	90%
5	Pengembangan Karier	Pelaku wisata yang mendapatkan peluang kerja lebih baik karena Bahasa Inggris	70%
6	Pengalaman Internasional	Pelaku wisata yang bekerja atau pernah bekerja di destinasi internasional	50%
7	Pendidikan dan Pelatihan	Pelaku wisata yang telah mengikuti pelatihan formal Bahasa Inggris	60%

Pada tabel 2. diatas Penguasaan Bahasa Inggris oleh pelaku industri pariwisata memiliki peranan penting dalam mendukung kelancaran komunikasi, dengan 75% pelaku wisata mampu berkomunikasi dalam Bahasa Inggris dan 80% wisatawan merasa puas dengan pelayanan tersebut. Selain itu, 65% pelaku wisata percaya bahwa kemampuan Bahasa Inggris meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Dalam hal pemasaran, 90% materi promosi destinasi wisata telah tersedia dalam Bahasa Inggris, sehingga mampu menarik wisatawan internasional. Penguasaan Bahasa Inggris juga memberikan dampak positif pada pengembangan karier, di mana 70% pelaku wisata melaporkan mendapatkan peluang kerja yang lebih baik. Meskipun hanya 50% pelaku wisata yang memiliki pengalaman kerja di destinasi internasional, hal ini menunjukkan potensi untuk peningkatan. Namun, dengan hanya 60% pelaku wisata yang mengikuti pelatihan formal Bahasa Inggris, terdapat kebutuhan untuk memperluas akses pelatihan agar dapat meningkatkan profesionalisme dan daya saing di sektor pariwisata.

PEMBAHASAN

Peran Pentingnya Bahasa Inggris di dalam Industri Pariwisata

Bahasa Inggris berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang sangat penting dalam dunia pariwisata, baik antara pelaku wisata dan wisatawan, maupun antar wisatawan dari berbagai negara. Ketika orang-orang dari latar belakang budaya dan bahasa yang berbeda berkumpul di suatu destinasi wisata, komunikasi menjadi tantangan utama. Dalam kondisi ini, Bahasa Inggris, sebagai bahasa internasional, menyediakan solusi praktis untuk mengatasi kendala

bahasa yang dapat menghambat interaksi. Hal ini memungkinkan wisatawan untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelaku wisata setempat maupun sesama wisatawan.

Pelaku wisata yang sebagian besar merupakan penduduk lokal sering kali tidak dapat mengandalkan bahasa daerah mereka untuk berkomunikasi dengan wisatawan asing (Tosun, 2000). Demikian pula, wisatawan dari berbagai negara mungkin tidak memiliki kemampuan untuk memahami bahasa lokal destinasi yang mereka kunjungi. Oleh karena itu, kemampuan menggunakan Bahasa Inggris menjadi keharusan bagi pelaku wisata untuk memberikan pelayanan yang baik, termasuk dalam memberikan informasi tentang destinasi wisata, membantu kebutuhan wisatawan, hingga menangani keluhan atau masalah yang mungkin timbul.

Selain memfasilitasi komunikasi langsung, Bahasa Inggris juga memainkan peran penting dalam promosi destinasi wisata di tingkat global. Informasi tentang destinasi wisata yang dipublikasikan dalam Bahasa Inggris, baik melalui situs web, media sosial, maupun materi promosi lainnya, memungkinkan destinasi tersebut menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini membantu menarik lebih banyak wisatawan mancanegara yang tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut, sekaligus meningkatkan daya saing destinasi di pasar internasional.

Lebih dari itu, penguasaan Bahasa Inggris juga memberikan keuntungan kompetitif bagi pelaku wisata dalam persaingan global. Dalam dunia pariwisata yang semakin terhubung, kemampuan berbahasa Inggris tidak hanya mempermudah komunikasi tetapi juga membuka peluang kerja yang lebih luas bagi mereka yang terlibat di sektor ini (Ho, 2020). Dengan kemampuan tersebut, pelaku wisata dapat bekerja di berbagai destinasi internasional atau menjalin kerja sama dengan mitra bisnis dari luar negeri.

Secara keseluruhan, Bahasa Inggris tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga elemen strategis yang mendukung perkembangan industri pariwisata. Dengan fungsinya sebagai penghubung antarbudaya dan alat promosi global, penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku wisata menjadi kebutuhan mendesak yang tidak dapat diabaikan. Investasi dalam pendidikan dan pelatihan Bahasa Inggris di sektor pariwisata sangat penting untuk memastikan pelaku wisata mampu bersaing di tingkat internasional dan memberikan pengalaman terbaik bagi wisatawan dari seluruh dunia.

Pentingnya Penguasaan Bahasa Inggris Bagi Pelaku Industri Pariwisata

Penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku industri pariwisata memiliki peranan yang sangat penting, terutama dalam mendukung kelancaran komunikasi dengan wisatawan dari berbagai negara. Sebagai bahasa internasional, Bahasa Inggris menjadi alat komunikasi yang paling umum digunakan oleh wisatawan mancanegara. Pelaku industri pariwisata, seperti pemandu wisata, resepsionis hotel, dan operator perjalanan, memerlukan kemampuan berbahasa Inggris untuk menjelaskan layanan, memberikan informasi tentang destinasi, serta menjawab pertanyaan atau keluhan wisatawan. Tanpa keterampilan ini, komunikasi dapat menjadi hambatan yang serius dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

Selain mempermudah komunikasi, penguasaan Bahasa Inggris juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing pelaku industri pariwisata di pasar global. Dalam era globalisasi, pelaku wisata dituntut untuk mampu bersaing dengan pelaku dari negara lain. Kemampuan berbahasa Inggris yang baik memungkinkan pelaku industri pariwisata untuk menjalin kerja sama dengan mitra internasional, memahami kebutuhan pasar global, dan memanfaatkan peluang yang ada di sektor pariwisata internasional (Annamalah et al., 2023). Hal ini dapat meningkatkan profesionalisme dan reputasi mereka dalam menjalankan bisnis.

Lebih lanjut, kemampuan Bahasa Inggris juga memberikan manfaat dalam pemasaran dan promosi destinasi wisata. Informasi yang disajikan dalam Bahasa Inggris melalui media digital, seperti situs web, media sosial, dan brosur, dapat menjangkau wisatawan dari berbagai belahan dunia. Dengan promosi yang efektif, destinasi wisata dapat menarik lebih banyak pengunjung, sehingga berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan dan pendapatan sektor pariwisata. Bahasa Inggris menjadi kunci untuk membuka akses pasar yang lebih luas dan memperluas jaringan pariwisata.

Penguasaan Bahasa Inggris memberikan keuntungan yang signifikan bagi pelaku industri pariwisata, terutama dalam menciptakan peluang karier yang lebih luas. Kemampuan ini tidak hanya membuat mereka lebih kompeten dalam berinteraksi dengan wisatawan, tetapi juga meningkatkan daya tarik mereka di pasar tenaga kerja. Banyak perusahaan di sektor pariwisata, seperti hotel internasional, operator perjalanan global, dan maskapai penerbangan, menjadikan kemampuan berbahasa Inggris sebagai salah satu syarat utama dalam proses rekrutmen. Dengan demikian, pelaku wisata yang menguasai Bahasa Inggris memiliki peluang lebih besar untuk diterima di perusahaan-perusahaan tersebut dibandingkan dengan mereka yang tidak memiliki keterampilan serupa.

Tidak hanya membuka pintu untuk pekerjaan yang lebih baik, penguasaan Bahasa Inggris juga menjadi kunci untuk meraih promosi dan tanggung jawab yang lebih besar di tempat kerja. Dalam industri pariwisata, posisi manajerial atau jabatan lain yang memerlukan interaksi dengan mitra atau klien internasional sering kali menuntut kemampuan berbahasa Inggris yang baik. Pelaku wisata yang memiliki kemampuan ini dianggap lebih siap untuk mewakili perusahaan mereka di forum internasional, menjalin kerja sama dengan mitra asing, atau bahkan memimpin tim yang beragam secara budaya. Dengan demikian, Bahasa Inggris menjadi investasi penting bagi pelaku wisata yang ingin berkembang dalam karier mereka.

Selain itu, kemampuan Bahasa Inggris memungkinkan pelaku industri pariwisata untuk bekerja di destinasi internasional, membuka pengalaman baru di luar negeri, dan menjalin jaringan global. Peluang untuk bekerja di negara lain memberikan keuntungan tambahan, seperti peningkatan gaji, pengembangan keterampilan lintas budaya, dan akses ke pasar kerja yang lebih dinamis. Dengan pengalaman kerja internasional, pelaku wisata tidak hanya memperkaya karier mereka tetapi juga membawa wawasan baru yang dapat diterapkan dalam mengembangkan sektor pariwisata di negara asal. Oleh karena itu, penguasaan Bahasa Inggris menjadi aset yang sangat berharga dalam membangun karier di industri pariwisata (Butar et al., 2024).

Oleh karena itu, pelatihan dan pendidikan Bahasa Inggris bagi pelaku industri pariwisata menjadi kebutuhan yang mendesak. Pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku bisnis pariwisata perlu bekerja sama untuk menyediakan program pelatihan yang relevan dan berkualitas. Dengan meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris, pelaku industri pariwisata tidak hanya akan lebih siap menghadapi tantangan global, tetapi juga mampu memberikan pengalaman terbaik bagi wisatawan, sehingga mendukung pertumbuhan sektor pariwisata secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Penguasaan bahasa Inggris telah menjadi suatu keharusan dan elemen penting bagi para pelaku industri pariwisata. Mereka dituntut untuk memiliki kemampuan berbahasa Inggris yang baik agar dapat memberikan pengalaman yang memuaskan bagi para tamu. Hal ini tentunya akan berdampak positif pada peningkatan pendapatan dan revenue hotel atau destinasi wisata. Selain itu, keterampilan berbahasa Inggris juga memengaruhi peluang

penempatan kerja, promosi jabatan, dan bahkan pembentukan citra positif bagi para karyawan di sektor hotel dan bisnis pariwisata lainnya.

Mengingat betapa pentingnya keterampilan Bahasa Inggris dalam industri pariwisata, sangatlah krusial bagi masyarakat, pemerintah, dan institusi pendidikan yang berfokus pada pariwisata seperti sekolah kejuruan, kampus pariwisata, dan lembaga pelatihan kerja untuk mempersiapkan peserta didiknya menghadapi persaingan global. Upaya ini dapat dilakukan dengan memberikan bekal keterampilan Bahasa Inggris yang memadai.

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. http://worldofresearches.com/ojs-2.4.4-1/index.php/ajaer/article/view/616/397

Annamalah, S., Paraman, P., Ahmed, S., Dass, R., Sentosa, I., Pertheban, T. R., ... & Singh, P. (2023). The role of open innovation and a normalizing mechanism of social capital in the tourism industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *9*(2), 100056. https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100056

Butar, C. W. N. B., Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Eksplorasi Pentingnya Keterampilan Berbicara Bahasa Inggris dalam Konteks Bisnis Global: Implikasi bagi Kesuksesan Mahasiswa dan Pertumbuhan Bisnis. *JAKADARA: Jurnal Ekonomika, Bisnis, Dan Humaniora*, *3*(1). https://doi.org/10.36002/jd.v3i1.2966

Damayanti, L. S. (2019). Peranan keterampilan berbahasa Inggris dalam industri pariwisata. In *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management* (Vol. 2, No. 1, pp. 71-82). https://doi.org/10.46837/journey.v2i1.42

Ho, Y. Y. C. (2020). Communicative language teaching and English as a foreign language undergraduates' communicative competence in Tourism English. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, *27*, 100271. https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100271Get rights and content

Latifl, L. (2024). *Penerapan Metode Survey, Question, Read, Recite, Review untuk Meingkatkan Kemampuan Membaca Kritis Siswa pada Muatan Pelajaran Bahasa Indonesia di Kelas V MI Miftahul Khairiyah Desa Koto Baru Kecamatan Singingi Hilir*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. https://repository.uin-suska.ac.id/77573/

Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism management*, *58*, 293-300. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014

Nurani, A. F., Sya, M. F., & Yektyastuti, R. (2019). Efektivitas Penggunaan Picture Series Dalam Meningkatkan Kosakata Bahasa Inggris Siswa. *AL-KAFF: Jurnal Sosial Humaniora*, *2*(1). https://ojs.unida.ac.id/al-kaff/article/view/1660

Pransiska, R. (2020). Program Bilingualisme Bahasa Inggris Pada Pendidikan Anak Usia Dini. Jurnal Serambi Ilmu, 21(1), 35–47. https://doi.org/10.32672/si.v21i1.1741.

Renfors, S. M., Veliverronena, L., & Grinfelde, I. (2020). Developing tourism curriculum content to support international tourism growth and competitiveness: An example from the central Baltic area. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, *32*(2), 124-132. https://doi.org/10.1080/10963758.2019.1654889

Riyantini, R., & Suprasti, D. (2020). Karakteristik, kemampuan berbahasa Inggris dan penggunaan media pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) desa wisata. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, *3*(1), 13-23. https://doi.org/10.32509/pustakom.v3i1.948

Sadikin, I. S., & Lutfiyah, L. (2023). Terampil berbahasa Inggris melalui learning apps dalam mendukung sektor pariwisata dan UMKM. *Abdimas Siliwangi*, *6*(2), 444-454. https://doi.org/10.22460/as.v6i2.17859

Simpson, T. (2016). Tourist utopias: Biopolitics and the genealogy of the post-world tourist city. *Current Issues in Tourism*, *19*(1), 27-59. https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1005579

Soemanto, R.B. (2010) *Sosiologi Pariwisata.* In: Pengertian Pariwisata, Sosiologi, dan Ruang Lingkup Sosiologi Pariwisata. Universitas Terbuka, Jakarta, pp. 1-32. https://repository.ut.ac.id/4659/

Sya, M. F., & Helmanto, F. (2020). Pemerataan Pembelajaran Muatan Lokal Bahasa Inggris Sekolah Dasar Indonesia. *DIDAKTIKA TAUHIDI: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar, 7*(1), 71. https://doi.org/10.30997/dt.v7i1.2348

Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism management*, *21*(6), 613-633. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1