



---

---

## **PENTINGNYA PENGUASAAN BAHASA ASING SEBAGAI SALAH SATU PENDUKUNG FAKTOR UTAMA INDUSTRI PARIWISATA**

Ni Putu Sasmika Dewi  
Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Email: niputu\_sasmika@yahoo.co.id

### **ABSTRACT**

*Mastery of a foreign language is an absolute must for tourism actors and communities in tourism areas, but in reality there are still many tourism actors and communities in tourism areas that still don't care how importance to mastering foreign languages. The aims of this article is to find out the role of foreign languages and also the reasons why foreign languages are important for tourism actors and communities in tourism areas to master. This article was written using the literature method where what is seen are phenomena related to foreign languages. The analysis result show that foreign languages really need to be mastered by tourism actors and communities in tourism areas because foreign languages play an important role. tourism promotion, reservation services, tourism services and guiding services. Apart from that, it is important for people in tourism areas to master a foreign language to exchange culture, build the community's own economy, improve the positive image of the area where tourism is located, expand employment opportunities and also build broad connections.*

**Keywords : Foreign Language, Tourism, Community Tourism**

---

### **ABSTRAK**

Penguasaan bahasa asing merupakan hal yang mutlak dimiliki oleh pelaku wisata dan juga Masyarakat di wilayah pariwisata, namun pada kenyataannya masih banyak pelaku bisnis dan masyarakat di wilayah pariwisata yang masih belum peduli akan pentingnya penguasaan bahasa asing. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui peran dari bahasa asing dan juga alasan mengapa bahasa asing penting dikuasai pelaku wisata dan masyarakat di wilayah pariwisata. Artikel ini ditulis dengan menggunakan metode kepustakaan dimana yang dilihat adalah fenomena-fenomena yang terkait dengan bahasa asing. Hasil analisis menunjukkan bahwa bahasa asing sangat perlu dikuasai oleh pelaku wisata dan masyarakat di wilayah pariwisata karena bahasa asing berperan dalam. promosi wisata, pelayanan reservasi, pelayanan wisata dan pelayanan guiding. Selain itu bahasa asing penting dikuasai oleh masyarakat di wilayah pariwisata adalah untuk saling bertukar budaya, membangun perekonomian masyarakat itu sendiri, meningkatkan citra positif dari wilayah tempat pariwisata tersebut berada, memperluas lapangan pekerjaan dan juga membangun koneksi yang luas.

**Kata Kunci : Bahasa Asing, Wisatawan, Masyarakat Wisata**



## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan keberagaman budaya dan keindahan alamnya. Dengan hamparan pulau yang terbentang mulai dari Pulau Sabang hingga ke Merauke. Indonesia tentu saja mempunyai banyak wisata alam, wisata budaya, dan wisata kuliner yang menarik. Keramahan penduduk setempat ditambah dengan diperkenalkan unsur adat istiadat yang autentik membuat wisatawan semakin betah dan nyaman. Selain itu, banyaknya flora dan fauna langka dan menawan juga semakin menambah daftar daya Tarik dan juga pengalaman terbaik yang bisa didapat saat menjelajahi Indonesia..

Terbentang diatas garis katulistiwa dan memiliki iklim yang tropis, membuat Indonesia menjadi negara yang istimewa, dimana keistimewaannya adalah keindahan alam Indonesia dapat dinikmati kapan saja tidak terbatas oleh musim dan juga tidak perlu harus menyesuaikan dengan musim apapun. Tentu saja hal ini menjadi suatu pesona tersendiri yang luar biasa bagi dunia pariwisata di Indonesia.

Jika dilihat dalam tutur bahasa atau dari sisi etimologi dapat terlihat bahwa pariwisata memiliki asal kata dari bahasa sansekerta yaitu “pari” dan “wisata”. “Pari” berarti banyak atau berkeliling, sedangkan “wisata” berarti pergi atau bepergian, jadi dapat dikatakan arti kata pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan secara terus-menerus atau berkali-kali, dari suatu tempat ke tempat yang lain. Soemanto (2010) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan perjalanan yang direncanakan untuk dilakukan selama minimal 24 jam dan dengan tujuan

pulang pergi. Pengertian ini menjelaskan bahwa perjalanan dengan model apapun dapat digolongkan sebagai pariwisata, seperti perjalanan dinas, perjalanan bisnis, perjalanan untuk studi, kunjungan keluarga, perjalanan rekreasi, dan perjalanan untuk proses penyembuhan. Soemanto (2010) mengemukakan bahwa perjalanan wisata ini menggunakan waktu senggang. Sedangkan atraksi wisata adalah tujuan wisata.

Tempat wisata yang menjadi destinasi favorit wisatawan mancanegara di Indonesia sampai saat ini adalah Pulau Bali, Yogyakarta, Pulau Lombok dan Jakarta, namun saat ini wilayah yang menjadi incaran pariwisata wisatawan sudah tersebar hampir diseluruh pelosok tanah air. Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi pariwisata yang besar. Hal ini terlihat dari pesatnya perkembangan sektor pariwisata Indonesia. Bahkan, perkembangan sektor pariwisata ini semakin terlihat dari banyaknya pencapaian Indonesia dalam bidang pariwisata yang telah diakui dunia (Kemenparekraf, 2023).

Mantan menteri Arief Yahya menegaskan bahwa industri pariwisata sekarang ini berada di peringkat nomor dua setelah industri migas sebagai sumber devisa terbesar negara (Gumelar, 2017). Menparekraf Sandiaga Uno mengatakan kunjungan wisatawan mancanegara pada September 2022 tercatat sebanyak 538.000 orang atau naik sebesar 10,8 persen. Kunjungan ini naik lebih tinggi 5,5 persen dari bulan sebelumnya. Adapun negara yang menjadi penyumbang wisatawan terbesar adalah Australia, Singapura, Malaysia, India dan Inggris dengan total jumlah

wisatawan sebesar 2,39 juta sepanjang tahun 2022 (Respati, 2022).

Saat ini selain destinasi yang sudah disebutkan diatas, Indonesia juga mulai mengembangkan destinasi wisata yang baru yang disebut dengan Lima Destinasi Wisata Super Prioritas yang terdiri dari Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, Likupang dan Danau Toba.

Gambar 1. 5 Destinasi Wisata Super Prioritas



Sumber: <https://kemenparekraf.go.id/>

Dan Sepuluh Bali Baru yaitu Lombok-Mandalika, Labuan Bajo, Danau Toba Manado-Likupang, Wakatobi, Raja Ampat, Borobudur, Bromo-Tengger-Semeru, Bangka-Belitung, dan Morotai

Gambar 2. 10 Destinasi Bali Baru



Sumber: <https://kemenparekraf.go.id/>

Seiring berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia yang semakin pesat tentu harus juga dibarengi dengan pengembangan kualitas sumber daya manusianya yang dimana adalah suatu

proses untuk meningkatkan kompetensi, keterampilan, pengetahuan, dan kapasitas individu agar mereka lebih efektif dalam memenuhi tugas dan tanggung jawabnya (Dharmawan dkk, 2023). Kebutuhan akan kualitas sumber daya manusia yang mampu menopang perkembangan pariwisata dan mempromosikan pariwisata baik ke dalam maupun ke luar negeri sangatlah dibutuhkan, tentu saja sumber daya manusia yang dibutuhkan haruslah memiliki sikap, pengetahuan, keterampilan serta kemampuan manajerial untuk berinovasi dalam mengembangkan dan mempromosikan pariwisata. Salah satu keterampilan yang wajib dikuasai oleh pengelola dan pelaku wisata adalah keterampilan menggunakan bahasa asing (Fatsah & Mas, 2023).

Dalam dunia pariwisata yang semakin terhubung secara global, penguasaan bahasa asing menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan. Ini memberikan manfaat besar baik bagi wisatawan maupun pelaku wisata, serta berkontribusi pada pertumbuhan industri pariwisata secara keseluruhan

Penguasaan bahasa asing dalam perkembangan wisata di Indonesia bertujuan untuk mempromosikan wisata ke masyarakat internasional, merespon layanan reservasi, memberikan layanan akomodasi, layanan saat guiding jika diperlukan dan juga untuk berkomunikasi antara masyarakat lokal dengan wisatawan mancanegara, karena selain para pelaku pariwisata, baik masyarakat yang ada disekitar hotel ataupun masyarakat yang ada di wilayah tempat wisata juga perlu menguasai bahasa asing walaupun yang sederhana karena juga bersentuhan langsung dengan para wisatawan mancanegara (Setyanto 2014).

Tentu saja hal ini akan dapat menjadi sesuatu yang menyenangkan

bagi wisatawan mancanegara karena bisa berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat setempat dan akan membentuk citra yang positif dan kesan yang luar biasa untuk wisatawan tersebut. Masyarakat sekitar lokasi wisata, wajib memahami dan menguasai bahasa asing minimal dalam bentuk dasar, mulai dari kosa kata sederhana cara memperkenalkan diri, atau kosa kata dalam mengucapkan salam sehingga masyarakat bisa menyapa para wisatawan mancanegara ini walau hanya sekedar mengucapkan salam. Jika masyarakat di lokasi tersebut termasuk kedalam anggota kelompok penunjang pariwisata seperti pedagang, pengrajin atau yang lainnya, maka masyarakat tersebut harus paham bahasa asing terkait apa yang ditawarkannya.

Namun fenomena yang muncul saat ini, masih banyak pelaku wisata yang belum sadar pentingnya menguasai bahasa asing banyak dari mereka beranggapan jika tidak berinteraksi langsung dengan wisatawan mancanegara maka tidak perlu menguasai bahasa asing, pun demikian juga dengan masyarakat di lokasi destinasi pariwisata yang beberapa masih belum menguasai bahasa asing, sehingga bingung bahkan cenderung takut ketika bertemu wisatawan mancanegara.

Menurut laporan English Proficiency Index (EPI) 2021 yang diselenggarakan oleh EF Education First, EPI Indonesia berada di peringkat 80 dari 112 negara, dimana peringkat tersebut turun enam peringkat dari posisi tahun lalu. (Silfia, 2021).

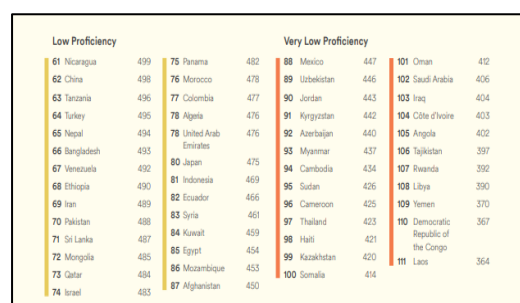
**Gambar 4: Laporan Indeks Kecakapan Bahasa Inggris Tahun 2021**



Sumber : ef-epi-2021-english.pdf

Sedangkan pada tahun 2022, Indonesia menempati peringkat 81/111 negara, turun 1 (satu) dibandingkan posisi tahun 2021. Di Asia sendiri, Singapura masih menduduki peringkat pertama sedangkan Indonesia menduduki peringkat 15 dari 24 negara (Nurdin, 2022).

**Gambar 3: Laporan Indeks Kecakapan Bahasa Inggris Tahun 2022**



Sumber : ef-epi-2022-english.pdf

Hal tersebut tentu saja dapat berpengaruh terhadap peningkatan wisata di Indonesia. Pentingnya penguasaan bahasa asing bagi para pelaku pariwisata harus terus ditanamkan karena merekalah yang akan secara langsung berinteraksi serta memberikan pelayanan terhadap wisatawan dari berbagai belahan dunia. Oleh karena itu perlu adanya pemahaman terkait pentingnya penguasaan bahasa asing sebagai salah satu pendukung faktor utama dalam industri pariwisata.

## **METODE**

Studi ini dirancang dengan menggunakan metode kepastakaan (library research), yang dimana Penelitian ini dilakukan melalui berbagai tindakan yang berkaitan dengan teknik pengumpulan data di Perpustakaan (Mahmud, 2011). Penelitian kepastakaan, menurut Abdul Rahman Sholeh (2003), adalah jenis penelitian yang menggunakan metode tertentu untuk mengumpulkan data informasi. Penelitian kepastakaan memanfaatkan sumber daya seperti buku, majalah, dokumen, catatan sejarah yang ada diperpustakaan dan juga dari artikel-artikel ilmiah yang dimuat dalam jurnal online. Oleh karena itu, penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai penelitian yang menggunakan berbagai jenis bahan referensi dari jurnal dan buku yang berkaitan dengan topik artikel ini dan sumber-sumber tersebut dianalisis secara menyeluruh untuk menentukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan para peneliti.

Penelitian kepastakaan sendiri adalah jenis penelitian yang menggunakan perpustakaan sebagai sumber data untuk mengumpulkan data. Data primer adalah sumber data yang langsung berkaitan dengan subjek penelitian, seperti faktor-faktor yang memengaruhi kemampuan berbahasa asing dalam industri pariwisata, sedangkan untuk data sekunder yakni data penguat berupa pustaka dan dokumentasi. Adapun proses pengumpulan data dilakukan melalui proses pengumpulan dokumen, buku-buku dan artikel yang terkait dengan objek penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Salah satu hal yang menjadi masalah terkait peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam industri

pariwisata adalah penguasaan bahasa asing.

Bahasa asing, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), didefinisikan sebagai bahasa milik negara lain yang dikuasai, biasanya digunakan dalam pendidikan formal, dan tidak dianggap sebagai bahasa sendiri secara sosiokultural. Bahasa-bahasa seperti Bahasa Inggris, Bahasa Jepang, Bahasa China, dan Bahasa Prancis adalah beberapa contoh bahasa asing (Pramono, 2022).

Pemerintah terus berupaya meningkatkan jumlah kunjungan wisman. Salah satu upaya pemerintah adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan berbagai aspek seperti penggunaan bahasa asing dalam pariwisata. Penggunaan bahasa asing dinilai penting dalam membentuk citra jasa pariwisata Indonesia, karena pelayanan yang maksimal dapat menciptakan kesan atau citra yang baik sehingga berperan dalam meningkatkan industri pariwisata Indonesia.

Bahasa asing memiliki peran yang sangat penting dalam industri pariwisata di tingkat global. Dapat dikatakan demikian karena pariwisata adalah industri yang sangat tergantung pada komunikasi antara wisatawan dari berbagai negara dengan pelaku wisata dan masyarakat setempat, hal ini tentu saja menjadikan penguasaan bahasa asing merupakan syarat mutlak baru para pelaku pariwisata dan juga masyarakat setempat. Dengan menguasai bahasa asing maka peningkatan wisata pun dapat dilakukan. Adapun peranan bahasa asing dalam mendukung industri pariwisata dapat dibagi menjadi dua yaitu bagi pelaku pariwisata dan masyarakat disekitar wilayah pariwisata.

Dalam industri pariwisata, peran bahasa asing sangat penting terutama

untuk mempromosikan pariwisata di luar negeri, memesan kamar, mengatur akomodasi (hotel atau travel), memandu wisata, dan berkomunikasi., dan tentu saja interaksi antara masyarakat lokal, dan wisatawan mancanegara yang pada akhirnya menyangkut citra Indonesia, dimata wisatawan mancanegara. Adapun penjelasan mengenai peran bahasa asing dapat dijabarkan sebagai berikut:

### **1. Promosi wisata**

Promosi wisata tidak terbatas pada wisatawan lokal saja tetapi juga dilakukan untuk wisatawan mancanegara. Promosi destinasi wisata harus dilakukan dalam bahasa asing untuk menarik wisatawan mancanegara. Adapun tujuan promosi wisata dalam bahasa asing ini adalah untuk mengenalkan pariwisata Indonesia ke penjuru dunia. Promosi wisata bisa dilakukan melalui cara-cara yaitu pertama dengan membuat iklan atau video promosi yang nantinya akan dibagikan di media sosial, kedua dengan menggunakan bantuan duta-duta Indonesia yang ada di luar negeri, seperti pelajar yang sedang bersekolah diluar negeri dan juga Warga Negara Indonesia yang bekerja di luar negeri, ketiga adalah dengan cara membuat pamflet, buku saku atau poster-poster yang bisa diletakan di kantor-kantor travel agent yang ada .

### **2. Pelayanan reservasi**

Bahasa asing dalam pelayanan reservasi sangat penting perannya, karena pelayanan reservasi bertugas untuk memastikan penyediaan tempat, baik sebelum tamu atau para wisatawan datang. Pelayanan ini biasanya dilakukan sebelum wisatawan datang berkunjung yang artinya wisatawan akan memesan atau mencari tahu mengenai tujuan wisatanya dari jarak jauh. Jika bagian reservasi tidak menguasai bahasa asing maka secara

otomatis wisatawan mancanegara akan ragu berkunjung karena tidak mendapatkan informasi secara detail atau bahkan tidak bisa memesan kamar atau kebutuhan lainnya yang berhubungan dengan tempat ia akan berwisata, karena secara umum fungsi dari layanan reservasi ialah (1) pelayanan dalam mempersiapkan akomodasi tamu mulai dari kamar hotel, nomor kursi dalam pesawat, dan transportasi (2) pelayanan dalam mempersiapkan pramusiwata atau *guide* yang profesional, dan (3) pelayanan terkait urusan administrasi seperti surat menyurat dengan pihak yang terkait dan arsip. Jadi dalam pelayanan reservasi, penguasaan bahasa asing merupakan syarat mutlak.

### **3. Pelayanan wisata**

Wisatawan asing dilayani tidak hanya saat mereka berada di tempat wisata, tetapi juga dimulai dari bandara udara internasional saat mereka mulai mendarat di Indonesia sampai ke tempat wisata tujuan. Dari mempersiapkan penjemputan, pengantaran ke hotel, tiba di penginapan dan *tour guide* ke tempat-tempat wisata tujuan. Bagian-bagian pelayanan biasanya membutuhkan komunikasi dalam bahasa asing, seperti *receptionist* atau *front desk* yang berbicara sedikit saat check-in dan check-out, bagian informasi, dan restoran.

### **4. Pelayanan guiding**

Selama perjalanan di Indonesia, banyak wisatawan asing yang memerlukan bantuan dari pemandu wisata atau *tour guide*. Menjadi seorang *tour guide* tidak hanya harus memiliki tampilan yang menarik saja, tapi juga harus memiliki wawasan yang luas tentang tempat wisata yang ada, berpengalaman, ramah, humoris, memiliki skill khusus misalnya fotografi, cekatan, kreatif, jujur dan tentu saja harus cakap berbahasa asing.



Semakin banyak bahasa asing yang dikuasai maka semakin banyak wisatawan mancanegara yang tahu akan pariwisata Indonesia (Setyanto, 2014).

Selain pelaku wisata, masyarakat yang tinggal di wilayah pariwisata juga wajib menguasai bahasa asing walaupun hanya ditingkat dasar saja seperti mengucapkan salam atau perkenalan. Masyarakat yang memiliki usaha pun wajib menguasai bahasa asing supaya bisa menawarkan barang dagangannya.

Ada beberapa alasan yang muncul terkait mengapa masyarakat di daerah pariwisata harus bisa bahasa asing, yaitu:

1. Supaya dapat berkomunikasi dengan wisatawan jika diperlukan karena tidak semua wisatawan mancanegara bisa berbahasa lokal, sehingga jika masyarakat mampu berkomunikasi dengan bahasa asing akan memberikan citra positif terkait pelayanan.
2. Dengan mampu berbahasa asing, masyarakat yang berdagang akan terbantu dalam bertransaksi dengan wisatawan mancanegara. Masyarakat akan dengan mudah menawarkan atau mempromosikan barang yang dijual.
3. Menguasai bahasa asing juga penting untuk keamanan dan keselamatan. Dalam situasi darurat atau ketika perlu memberikan petunjuk kepada wisatawan, kemampuan berkomunikasi dalam bahasa asing dapat menjadi perbedaan antara hidup dan mati
4. Dapat berperan dalam promosi wisata daerah mereka. Masyarakat dapat berbicara dalam bahasa asing dalam kampanye pemasaran, memposting informasi wisata dalam bahasa asing di media sosial, atau bahkan menjadi duta pariwisata yang mampu berbicara dengan media asing.

5. Dapat membuka pintu bagi masyarakat setempat untuk memahami budaya dan pemikiran orang-orang dari berbagai negara. Hal ini dapat memperkaya pemahaman budaya dan pendidikan masyarakat serta mempromosikan toleransi dan keragaman

6. Memperluas kesempatan kerja, dimana seperti yang kita ketahui, jika menguasai bahasa asing tentu saja peluang untuk bisa bekerja di dunia pariwisata akan terbuka lebar sehingga dapat memperbaiki perekonomian daerah setempat

7. Meningkatkan pengalaman sosial wisatawan, dimana para wisatawan mancanegara akan lebih merasa dekat dan nyaman dengan daerah wisata yang dikunjungi karena masyarakatnya menguasai bahasa asing yang dimiliki oleh wisatawan tersebut

8. Membangun persahabatan antar bangsa.

Ketika peran bahasa asing tersebut dapat berhasil, maka akan berdampak pada hal-hal berikut ini yaitu:

1. Meningkatkan rasa puas dalam diri wisatawan: Pelaku pariwisata dapat meningkatkan rasa puas pelanggannya dengan kemahiran berbahasa asing.

2. Memberikan inspirasi kepada turis asing. Jika pelaku wisata atau masyarakat lokal dapat berkomunikasi dalam bahasa asing, maka akan dapat menarik wisatawan asing untuk datang karena komunikasi akan lebih efektif.

3. Meningkatkan pemahaman tentang kebutuhan pengunjung. Segala kebutuhan dan keinginan wisatawan dapat dipenuhi dengan komunikasi yang baik. Hotel atau restoran yang memiliki staf yang mahir berbahasa asing tentu saja akan menjadi nilai

tambah di mata wisatawan. Wisatawan pasti akan tidak segan untuk memberikan review yang baik dan tentu saja akan kembali ke hotel atau restoran tersebut.

4. Membantu untuk lebih memahami budaya lain. Hal ini akan membuat pertukaran informasi akan semakin mudah sehingga promosi wisatapun berjalan dengan baik
5. Membantu dalam hal meningkatkan efektifitas komunikasi baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Saat ini pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mengupayakan langkah-langkah strategis guna peningkatan kualitas sumber daya manusia terkait penguasaan bahasa asing. Salah satunya adalah bekerjasama dengan startup – startup edukasi yang ada terutama yang berkaitan dengan bahasa asing guna meningkatkan kualitas pelaku pariwisata yang ada di Indonesia.

Dengan semakin banyaknya pelaku wisata dan Masyarakat di daerah wisata yang menguasai bahasa asing, minimal Bahasa Inggris, diharapkan mampu memberikan pelayanan yang maksimal dalam rangka membangun kesan atau citra yang positif yang nantinya akan memberikan efek meningkatnya industri pariwisata Indonesia

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Bahasa Asing memiliki peranan sangat penting dalam industri pariwisata, baik itu komunikasi antara pelaku wisata dengan wisatawan dan juga masyarakat lokal maupun komunikasi dalam hal bisnis dan ekonomi.

Bahasa Asing merupakan pemersatu yang dapat menyatukan orang-orang dengan latar belakang yang berbeda. Pentingnya penguasaan

bahasa asing menyebabkan keterampilan berbahasa asing bagi Bisnis pariwisata sekarang sangat penting. Untuk memberikan kepuasan kepada pengunjung, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai dan pendapatan di daerah tempat destinasi wisata berada, para pelaku pariwisata harus menguasai bahasa asing. Keterampilan berbahasa asing pelaku pariwisata dapat berdampak pada penempatan kerja, promosi jabatan, dan bahkan citra diri mereka sendiri.

Pentingnya penguasaan bahasa asing menjadi semakin terlihat karena bahasa asing menjadi syarat mutlak bagi para pelaku pariwisata. Bahasa asing memiliki peran penting dalam berbagai aspek industri pariwisata, baik bagi pelaku pariwisata sendiri maupun masyarakat disekitar kawasan pariwisata. Bagi pelaku pariwisata, bahasa asing memiliki peran krusial dalam hal:

1. Promosi wisata
2. Pelayanan reservasi
3. Pelayanan wisata
4. Pelayanan guiding

Selain itu, masyarakat di daerah pariwisata juga diharapkan menguasai bahasa asing. Ini penting untuk berkomunikasi dengan wisatawan, mempromosikan barang yang dijual, menjaga keamanan dan keselamatan, serta memperkaya pengalaman sosial wisatawan, membuka pintu untuk lebih memahami budaya dan pemikiran orang-orang dari negara lain, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan pengalaman sosial, dan menambah jalinan persahabatan antar bangsa

Peningkatan penguasaan bahasa asing diharapkan akan memberikan dampak positif terhadap industri pariwisata Indonesia, memperbaiki citra positif, meningkatkan pelayanan, membuka peluang kerja, dan



memperkaya pengalaman wisatawan. Dengan demikian, tentu saja Indonesia akan dapat terus mengembangkan dirinya sebagai salah satu pemilik destinasi pariwisata yang menarik dan kompetitif di tingkat dunia.

#### **Saran**

Terdapat beberapa saran yang bisa diberikan untuk mengatasi permasalahan terkait peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam industri pariwisata, khususnya terkait penguasaan bahasa asing yaitu:

1. Menambah ketersediaan pelatihan bahasa asing dengan biaya terjangkau atau jika memungkinkan gratis.
2. Bekerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan bahasa asing untuk membuat pelatihan-pelatihan bagi pelaku wisata
3. Memperbanyak pembuatan modul-modul bahasa asing yang berkaitan dengan industri pariwisata
4. Sosialisasi pentingnya penguasaan bahasa asing dalam industri pariwisata.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, Nia, Tina Linda, Nada Arina Romli, Sayu Kadek Jelantik, Christina Yanita Setyawati, Sisca, Abdurohim, Desi Susanti, Rieka Yulita Widaswara, Kristian Suhartadi Widi Nugraha, dan I Ketut Putu Suardana. 2021. *Marketing Tourism Services*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Damayanti, L. S. (2019, December). 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).
- Ciptari, P. D. K., Wibawa, I. G. J. S., & Suardana, I. K. P. (2022). *Pengelolaan Destinasi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Suranadi*. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 203-218.
- Darmawan, D., Tinambunan, A. P., Hidayat, A. C., Sriharyati, S., Hamid, H., Estiana, R., ... & Utami, R. T. (2023). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA ERA DIGITAL*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fatsah, H., Muziatun, M., & Mas, S. R. (2023). Pengembangan Kemampuan Berbahasa Inggris Pengelola Wisata di Kawasan Teluk Tomini. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 3(2), 567-574.
- Imamatul, Silfia. (2021). EF EPI 2021: Kecakapan Bahasa Inggris Warga Indonesia Masih Rendah, Peringkat 80 dari 112 Negara. *Senin, 29 November 2021, 17:10 WIB*. [Wartaekonomi.co.id](http://Wartaekonomi.co.id)
- Pramono, D. A. (2022). Program Pembentukan Kompetensi Bahasa Asing Dan Teknologi Informasi Siswa. *In International Conference on Research and Community Services (ICORcs)* (Vol. 1, No. 1, pp. 1-37).
- Sawir, M., Fatihah, N. A., Deliana, D., Soewandi, E., & Afriani, M. (2023). *PENGANTAR ILMU PARIWISATA*. Global Eksekutif Teknologi.
- Setyanto, A., Litt, M. (2014). Pentingnya penguasaan bahasa dan budaya asing sebagai pendukung utama sektor pariwisata. *Jurnal Pariwisata: FIB Universitas Brawijaya*, 1(1), 1-12.
- Syahdan, Nurdin. (2022). Indeks Kecakapan Bahasa Inggris 2022: Indonesia Peringkat 81 dari 111

Negara. Kamis, 17 November 2022 - 21:29 WIB. Viva.co.id  
Kemenparekraf Sebut Pelaku Pariwisata Harus Tingkatkan Keterampilan Bahasa Asing | kumparan.com. Diunduh pada tanggal 7 Agustus 2023. Destinasi - Indonesia Travel. Diunduh pada tanggal 7 Agustus 2023

5 Destinasi Super Prioritas Indonesia yang Wajib Dikunjungi Minimal Sekali Seumur Hidup (kompas.com). Diunduh pada tanggal 7 Agustus 2023  
Hasil Pencarian - KBBI Daring (kemdikbud.go.id). Diunduh pada tanggal 8 Agustus 2023.