

PERAN PELATIHAN BAHASA INGGRIS TERHADAP KEPUASAN TAMU ASING: STUDI PADA RESTORAN HOTEL BERBASIS PARIWISATA INTERNASIONAL

Mega Williandani¹, Rikki Nelson Lumban Gaol², Indra Wirawan³

ridanmega6@gmail.com

Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung^{1,3}

POLTEKPAR palembang²

Abstrak

Dalam era globalisasi yang semakin maju saat ini, kemampuan berbahasa Inggris telah menjadi salah satu faktor krusial dalam industri pariwisata, khususnya di sektor perhotelan. Restoran hotel yang melayani tamu asing tidak hanya dituntut untuk menyajikan makanan berkualitas tinggi, tetapi juga harus mampu memberikan layanan yang memuaskan untuk bersaing di pasar internasional yang semakin kompetitif. Dalam konteks ini, pelatihan bahasa Inggris untuk staf restoran menjadi sangat penting. Misalnya, seorang pelayan yang dapat berkomunikasi dengan baik dalam bahasa Inggris mampu menjelaskan menu dengan lebih detail, memberikan rekomendasi yang tepat, dan menangani permintaan khusus dari tamu. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengalaman makan tamu, tetapi juga menciptakan kesan positif yang dapat mendorong tamu untuk kembali. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran pelatihan bahasa Inggris terhadap kepuasan tamu asing di restoran hotel berbasis pariwisata internasional. Dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif, data dikumpulkan melalui survei dan wawancara dengan staf restoran serta tamu asing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan bahasa Inggris yang efektif dapat meningkatkan interaksi antara staf dan tamu. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi manajemen hotel dalam merancang program pelatihan yang lebih baik. Dengan memahami pentingnya penguasaan bahasa Inggris, manajemen dapat berinvestasi dalam program pelatihan yang tidak hanya fokus pada keterampilan bahasa, tetapi juga mencakup pelatihan budaya dan pelayanan pelanggan. Dalam kesimpulannya, pelatihan bahasa Inggris yang berkelanjutan dan komprehensif merupakan langkah strategis yang tidak hanya meningkatkan kepuasan tamu, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif hotel di industri pariwisata global.

Kata Kunci : Pelatihan Bahasa Inggris, Kepuasan Tamu, Restoran Hotel

BAB I

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat penting bagi perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor pariwisata menyumbang sekitar 4,5% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2022. Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, layanan yang diberikan kepada tamu asing harus memenuhi standar internasional, salah satunya melalui kemampuan berbahasa Inggris. Banyak restoran di hotel yang menjadi tujuan wisatawan asing, sehingga komunikasi yang efektif antara staf dan tamu sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pelatihan bahasa Inggris dapat meningkatkan kepuasan tamu asing di restoran hotel berbasis pariwisata internasional.

Kepuasan tamu merupakan faktor kunci dalam industri perhotelan, di mana pengalaman positif dapat meningkatkan kemungkinan kunjungan ulang dan rekomendasi. Sebuah studi oleh McKinsey & Company (2021) menunjukkan bahwa 70% pengalaman pelanggan ditentukan oleh bagaimana mereka merasa diperlakukan. Dalam konteks restoran hotel, kemampuan staf untuk berkomunikasi dengan baik dalam

bahasa Inggris dapat membuat tamu merasa lebih dihargai dan dipahami. Namun, banyak restoran masih menghadapi tantangan dalam hal komunikasi, yang berdampak pada kepuasan tamu. Oleh karena itu, penting untuk memahami peran pelatihan bahasa Inggris dalam meningkatkan kualitas layanan.

Meskipun terdapat banyak penelitian yang membahas kepuasan pelanggan dalam industri perhotelan, masih terdapat kekurangan penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara pelatihan bahasa Inggris dan kepuasan tamu asing di restoran hotel. Sebagian besar studi yang ada lebih fokus pada aspek lain seperti kualitas makanan, suasana, atau harga. Sebuah penelitian oleh Chen dan Rahman (2018) menunjukkan bahwa komunikasi yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, tetapi tidak ada penelitian yang secara mendalam mengeksplorasi bagaimana pelatihan bahasa Inggris dapat mengatasi masalah ini.

Di Indonesia, khususnya, masih sedikit penelitian yang menyoroti pentingnya pelatihan bahasa Inggris untuk staf restoran hotel. Dengan pertumbuhan industri pariwisata yang pesat, kebutuhan untuk meningkatkan keterampilan bahasa Inggris di

kalangan staf menjadi semakin mendesak. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan memberikan bukti empiris tentang bagaimana pelatihan bahasa Inggris dapat berkontribusi pada kepuasan tamu asing. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan wawasan tentang praktik terbaik dalam pelatihan bahasa Inggris yang dapat diterapkan di restoran hotel.

BAB II

URAIAN TEORETIS

Pelatihan merupakan upaya sistematis untuk meningkatkan kompetensi kerja karyawan, termasuk keterampilan berbahasa Inggris yang penting dalam industri perhotelan (Dessler, 2016). Dalam konteks restoran hotel, pelatihan bahasa Inggris mencakup empat keterampilan utama: speaking, listening, reading, dan writing (Tarigan, 2008), yang mendukung efektivitas komunikasi antara pramusaji dan tamu asing.

Kemampuan berbahasa Inggris yang baik berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada dimensi assurance dan empathy dalam model SERVQUAL (Parasuraman et al., 2001) yang dibagi menjadi lima dimensi utama yang memengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, yaitu: a) Tangibles (bukti fisik) b) Reliability (keandalan) c)

Responsiveness (ketanggapan) d) Assurance (jaminan) e) Empathy (perhatian).

Dalam konteks tamu asing, kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris yang efektif dan sopan merupakan bagian dari dimensi assurance dan empathy, karena mencerminkan profesionalisme dan perhatian personal terhadap kebutuhan tamu. Hal ini berdampak langsung pada kepuasan tamu asing, yang sangat dipengaruhi oleh profesionalisme dan kemampuan interpersonal staf (Tjiptono, 2016).

Sebagai lingua franca, bahasa Inggris memungkinkan komunikasi lintas budaya di hotel berbasis pariwisata internasional (Crystal, 2000). Oleh karena itu, pelatihan bahasa bagi pramusaji tidak hanya meningkatkan performa kerja, tetapi juga berkontribusi pada pengalaman tamu yang lebih baik dan kepuasan yang lebih tinggi (Punarya, 2016).

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam peran pelatihan bahasa Inggris terhadap tingkat kepuasan tamu asing di restoran hotel yang melayani pasar internasional. Metode ini

dipilih karena mampu menangkap dinamika komunikasi yang terjadi antara pramusaji dan tamu serta bagaimana pelatihan bahasa berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan. Dalam konteks globalisasi saat ini, kemampuan berbahasa Inggris menjadi sangat penting, terutama di sektor pariwisata, di mana interaksi antara pramusaji dan tamu asing sering kali menjadi penentu utama pengalaman mereka. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini berupaya untuk menggali lebih dalam bagaimana pelatihan bahasa Inggris tidak hanya meningkatkan kemampuan komunikasi, tetapi juga mempengaruhi persepsi tamu terhadap pelayanan yang mereka terima.

Penelitian dilaksanakan di Compass Rose Restaurant, yang merupakan bagian dari Hotel The ANMON Resort Bintan, Kepulauan Riau. Lokasi ini dipilih karena hotel tersebut merupakan salah satu destinasi glamping populer yang menerima tamu dari berbagai negara, termasuk Eropa, Asia, dan Australia. Dengan latar belakang yang kaya akan budaya dan bahasa, restoran ini menjadi tempat yang ideal untuk mengeksplorasi bagaimana pelatihan bahasa Inggris dapat memengaruhi interaksi antara staf dan tamu. Pengumpulan data dilakukan selama enam bulan, yaitu dari 23 Juli 2023 hingga 23 Januari 2024, untuk memastikan bahwa data

yang diperoleh mencakup beragam pengalaman dan situasi yang berbeda, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive, dengan pertimbangan keterlibatan langsung dalam proses pelayanan dan pelatihan bahasa. Informan terdiri dari satu orang Food and Beverage Manager, satu orang Restaurant Supervisor, sepuluh orang pramusaji (waiterstaff), dan enam orang tamu asing yang pernah dilayani oleh pramusaji di restoran tersebut. Pemilihan informan yang beragam ini bertujuan untuk mendapatkan perspektif yang berbeda mengenai efektivitas pelatihan bahasa Inggris. Misalnya, Food and Beverage Manager dapat memberikan wawasan mengenai kebijakan pelatihan dan pengaruhnya terhadap operasional restoran, sedangkan pramusaji dapat memberikan pengalaman langsung dalam berinteraksi dengan tamu. Tamu asing, di sisi lain, dapat memberikan umpan balik yang berharga tentang bagaimana komunikasi yang efektif atau kurang efektif dapat memengaruhi pengalaman mereka secara keseluruhan.

Tiga teknik utama digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data yang relevan dan mendalam. Pertama,

observasi partisipatif dilakukan, di mana peneliti terlibat langsung dalam mengamati proses pelayanan dan pelaksanaan pelatihan bahasa Inggris yang dilakukan oleh manajemen terhadap pramusaji. Melalui observasi ini, peneliti dapat mencatat interaksi yang terjadi secara real-time, termasuk tantangan yang dihadapi pramusaji dalam berkomunikasi dengan tamu dan bagaimana mereka menerapkan keterampilan bahasa yang telah dipelajari. Kedua, wawancara mendalam (in-depth interview) dilakukan kepada Food and Beverage Manager, pramusaji, dan tamu asing untuk memperoleh informasi tentang persepsi mereka terhadap efektivitas pelatihan bahasa Inggris dan dampaknya terhadap kualitas pelayanan. Wawancara ini memberikan kesempatan bagi informan untuk berbagi pengalaman dan pandangan mereka secara lebih mendalam, serta memberikan nuansa emosional yang sering kali tidak dapat ditangkap melalui observasi. Ketiga, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung, termasuk dokumen pelatihan, laporan operasional harian, serta tanggapan atau ulasan tamu (guest review). Dokumen ini memberikan konteks tambahan dan bukti empiris yang mendukung temuan penelitian.

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan yang sistematis.

Pertama, reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi penting dari hasil observasi dan wawancara. Proses ini sangat penting untuk memastikan bahwa hanya data yang relevan dan signifikan yang dipertimbangkan dalam analisis. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi dan kutipan langsung dari informan untuk menunjukkan pola atau kecenderungan tertentu. Penyajian data yang jelas dan terstruktur membantu pembaca memahami hubungan antara pelatihan bahasa Inggris dan kepuasan tamu asing. Terakhir, penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif dengan menafsirkan hubungan antara pelatihan bahasa Inggris dan kepuasan tamu asing yang muncul dari data. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tema-tema utama dan memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan dalam praktik.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada efektivitas pelatihan bahasa Inggris, tetapi juga pada bagaimana pelatihan tersebut dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pengalaman tamu asing di restoran hotel. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi manajemen hotel dan restoran dalam merancang program pelatihan yang lebih efektif serta meningkatkan

kepuasan tamu, yang pada gilirannya dapat berdampak positif terhadap reputasi dan keberlanjutan bisnis mereka di pasar internasional.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS DATA

Berikut hasil analisis data yang dapat dipaparkan yaitu :

4.1 Kemampuan Bahasa Inggris Pramusaji Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, mayoritas pramusaji mengalami kendala dalam keterampilan speaking dan listening, yang menyebabkan terjadinya kesalahpahaman saat menerima pesanan dari tamu asing. Misalnya, kesalahan membedakan “fries” dan “rice” berdampak langsung pada ketidakpuasan tamu terhadap layanan yang diberikan.

Setelah pelatihan dilakukan secara rutin oleh Food and Beverage Manager, terutama melalui briefing dalam bahasa Inggris dan praktik komunikasi antarkaryawan, kemampuan komunikasi pramusaji mulai meningkat. Berdasarkan data tanggapan, 80% pramusaji menyatakan pelatihan memberikan dampak positif

terhadap kepercayaan diri mereka saat melayani tamu asing.

4.2. Kepuasan Tamu Asing Terhadap Pelayanan

Wawancara dengan enam orang tamu asing mengindikasikan bahwa kepuasan mereka sangat dipengaruhi oleh kemampuan pramusaji dalam menjelaskan menu dan merespons pertanyaan dengan jelas. Tamu merasa lebih dihargai ketika staf menggunakan bahasa Inggris secara tepat, sopan, dan responsif terhadap kebutuhan mereka.

Beberapa tamu juga memberikan ulasan positif melalui platform seperti Google Review dan TripAdvisor, menyebutkan keramahan serta kemampuan komunikasi staf sebagai faktor yang memperkuat kesan profesionalisme restoran.

4.3. Peran Pelatihan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan

Pelatihan yang dilakukan tidak hanya meningkatkan aspek teknis bahasa, tetapi juga meningkatkan kesadaran pramusaji akan pentingnya komunikasi yang baik untuk menciptakan pengalaman tamu yang menyenangkan. Hal ini berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan, baik dari segi kecepatan, akurasi, maupun sikap.

Secara umum, pelatihan bahasa Inggris terbukti memiliki korelasi kuat

dengan peningkatan kepuasan tamu asing, terutama dalam konteks restoran hotel berbasis pariwisata internasional.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan bahasa Inggris memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas komunikasi pramusaji dan berdampak positif terhadap kepuasan tamu asing di restoran hotel berbasis pariwisata internasional. Keterampilan speaking dan listening yang sebelumnya menjadi kendala utama dalam pelayanan, mengalami peningkatan setelah pelatihan dilakukan secara konsisten.

Selain meningkatkan kemampuan teknis, pelatihan juga membentuk kepercayaan diri dan kesadaran profesional dalam berinteraksi dengan tamu dari berbagai latar belakang budaya. Hasil ini memperkuat temuan bahwa kualitas pelayanan yang komunikatif dan responsif merupakan faktor kunci dalam menciptakan pengalaman tamu yang memuaskan.

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar manajemen restoran hotel secara konsisten menyelenggarakan pelatihan bahasa Inggris yang terstruktur dan aplikatif, khususnya pada aspek speaking dan listening yang menjadi kebutuhan utama dalam interaksi langsung dengan tamu asing.

Pelatihan sebaiknya tidak hanya bersifat teoritis, melainkan berbasis situasi nyata (role play) yang mencerminkan kondisi operasional harian. Selain itu, program pelatihan perlu disertai evaluasi berkala yang melibatkan umpan balik dari tamu asing, sehingga manajemen dapat menilai efektivitas pelatihan secara langsung dari persepsi pengguna layanan.

Lebih jauh, dukungan dari pihak manajemen hotel menjadi faktor penting dalam menjadikan pelatihan bahasa sebagai bagian dari pengembangan profesional staf. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga memperkuat citra hotel sebagai destinasi wisata yang ramah dan siap melayani pasar internasional. Maka dari itu, investasi dalam pelatihan bahasa Inggris tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga memberikan kontribusi strategis terhadap kepuasan tamu dan loyalitas pelanggan jangka panjang.

Referensi

Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik pariwisata Indonesia 2022. BPS-Statistics Indonesia. <https://www.bps.go.id>

Chen, Y., & Rahman, I. (2018). The impact of communication on customer satisfaction in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(8), 2435–2451.

<https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2017-0041>

McKinsey & Company. (2021). The customer experience: A new approach to service.

<https://www.mckinsey.com/business-functions/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-customer-experience>

Oliver, R. L. (1999). Whence customer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4_suppl1), 33–44.

<https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.