

Pentingnya Penguasaan Bahasa dan Budaya Asing Sebagai Pendukung Utama Sektor Pariwisata

Aji Setyanto, M.Litt
Universitas Brawijaya, Malang
adjie_brawijaya@yahoo.co.jp

Peranan bahasa asing dalam sektor pariwisata, diantaranya adalah untuk promosi wisata ke luar negeri, pelayanan reservasi, pelayanan akomodasi (hotel atau perjalanan), pelayanan saat *guiding*, komunikasi wisman dengan masyarakat, yang pada akhirnya berhubungan dengan pencitraan terhadap Indonesia oleh para wisman tersebut.

Pelaku wisata yang seharusnya menguasai bahasa asing meliputi, pegawai *travel agent*, pegawai hotel, pemandu wisata, dan masyarakat pelaku pariwisata. Target minimal penguasaan bahasa asing tersebut adalah: Percakapan sederhana sehubungan dengan pekerjaan yang dilakukan, serta penguasaan tata bahasa dan percakapan dasar.

Selain penguasaan bahasa asing, budaya dari berbagai negara asing, baik budaya yang menyertai bahasa, maupun yang lainnya juga wajib diketahui untuk menjaga supaya bisa memahami semua komunikasi yang terjalin dengan wisman tanpa terjadi kesalahpahaman yang berarti.

Dengan penguasaan bahasa asing, sekaligus memahami budaya wisman dari berbagai negara, diharapkan bisa memberikan pelayanan yang maksimal dan mampu menimbulkan kesan atau citra yang baik yang mempunyai efek meningkatnya industri pariwisata Indonesia.

Kata kunci: Penguasaan bahasa asing, budaya, pariwisata,

Indonesia merupakan negara yang kaya raya akan keindahan alam dan keanekaragaman budayanya. Indonesia yang dilewati katulistiwa dan beriklim tropis, merupakan suatu berkah tersendiri bagi bangsa negeri ini. Hal ini dikarenakan keindahan alam negara ini bisa dinikmati sepanjang tahun tanpa harus dibatasi atau menyesuaikan dengan musim. Hal ini merupakan daya tarik yang luar biasa untuk dunia pariwisata di negeri ini.

Menurut hasil survei bertajuk “*Global Tourism Intentions Survey*” yang dilakukan oleh Visa. Dengan 11.620 responden dari 23 negara di dunia, survei mengungkapkan bahwa stabilitas politik, penawaran wisata yang menarik, dan keindahan alam merupakan faktor utama wisatawan mancanegara datang ke Indonesia.¹

Beberapa saat yang lalu, tempat pariwisata yang menjadi incaran wisatawan asing di Indonesia Bali, Yogya, Lombok dan Jakarta, namun saat ini sudah terjadi pengembangan wilayah hampir menyebar diseluruh pelosok tanah air.

Pemerintah Daerah di masing-masing Propinsi melalui dinas pariwisata di masing-masing wilayah berlomba-lomba dan berusaha meningkatkan jumlah tempat wisata, maupun menggali wilayah masing-masing untuk diangkat menjadi tempat tujuan wisata, termasuk wisata dengan mengeksplorasi alam, maupun menciptakan wahana-wahana wisata baru. Contoh tempat wisata baru yang ada di Malang Raya seperti munculnya *Secret Zoo*, *Eco Green*, maupun Musium Angkot, belum lagi wisata yang memanfaatkan alam, arung jeram wisata bunga maupun yang lainnya.

Untuk mendukung peningkatan kunjungan wisatawan, perlu adanya pemahaman semua pihak akan hal-hal yang harus diperhatikan, dipahami maupun dikuasai tentang hal-hal tertentu dalam meningkatkan kualitas layanan terhadap para wisatawan. Khusus untuk peningkatan layanan terhadap wisatawan asing, penguasaan bahasa asing dan pengetahuan *stereotype* berbagai bangsa dan negara merupakan hal yang penting dan tidak bisa ditinggalkan.

¹ Visa Magazine, 2012, *Global Tourism Intentions Survey*

Peranan Bahasa Asing

Ketika seseorang harus berkomunikasi dengan orang yang berasal dari negara lain yang mempunyai bahasa yang berbeda penguasaan bahasa asing dimana keduanya bisa saling memahami merupakan hal yang mutlak. Dalam hal pelayanan wisata, wisatawan asing yang datang ke Indonesia adalah tamu yang harus dilayani, sementara para pelaku wisata merupakan pelayan yang harus melayani tamu seperti raja. Karena itulah dalam komunikasi dengan orang asing (wisatawan manca negara) dalam hal ini, pihak pelaku wisata di Indonesialah yang harus menguasai bahasa asing sehingga bisa berkomunikasi dan melayani tamu dengan baik.

Pada dasarnya seluruh proses komunikasi dengan para wisatawan asing, membutuhkan kemampuan dan penguasaan bahasa asing. Peranan bahasa asing dalam peningkatan wisata kita diantaranya adalah untuk promosi wisata ke luar negeri, pelayanan reservasi, pelayanan akomodasi (hotel atau perjalanan), pelayanan saat *guiding*, komunikasi wisman dengan masyarakat.

Promosi wisata ke luar negeri

Untuk mengenalkan pariwisata dalam negeri ke manca negara banyak cara yang bisa ditempuh, terutama dengan kemajuan teknologi informasi saat ini, **promosi melalui dunia maya** merupakan hal yang paling efektif dalam mengenalkan wisata Indonesia ke seluruh penjuru dunia. Tentu saja *website* yang digunakan untuk promosi harus menggunakan bahasa asing terutama bahasa internasional atau disesuaikan dengan wilayah tujuan promosi tersebut. Kelebihan promosi dengan *web* ini adalah bisa diakses dari mana saja dan kapan saja, sedikit kelemahannya adalah komunikasi yang ada bersifat searah, sehingga apabila ada calon wisatawan ingin mengajukan pertanyaan belum tentu bisa langsung dilayani. Untuk itu promosi yang dilakukan melalui dunia maya diberikan selengkap mungkin dan didesain yang menarik. Promosi itu harus mencakup minimal: Informasi tentang tempat wisata itu sendiri, letak daya tariknya, keindahan alamnya, budaya masyarakatnya, akses menuju tempat wisata, hotel dan

fasilitasnya, hal-hal lain yang bisa dinikmati di wilayah tersebut termasuk makanan dan minuman disertai dengan biaya-biaya yang dibutuhkan yang seharusnya di *update* setiap saat ada perubahan.

Cara kedua yang bisa dilakukan adalah **melalui duta-duta Indonesia** yang ada di Luar Negeri, terutama para pelajar yang pasti menguasai salah satu bahasa internasional atau bahasa negara yang bersangkutan. Hal ini merupakan cara efektif juga, karena duta-duta Indonesia tersebut bisa mengenalkan Indonesia lebih mendalam dengan komunikasi aktif, sehingga bisa memenuhi semua informasi yang ingin diketahui oleh para calon wisatawan, seperti informasi budaya, masyarakat dan kegiatannya, makanan maupun minuman ataupun tempat-tempat wisata, yang bisa menarik perhatian orang-orang di negara tersebut ingin berkunjung ke Indonesia karena ingin mengetahui Indonesia lebih dekat.

Cara ketiga adalah dengan cara konvensional dengan pembuatan pamflet dalam bahasa Internasional atau bahasa negara yang bersangkutan, yang dikirim ke lembaga-lembaga yang terkait dengan pariwisata Indonesia, seperti *travel agent* yang ada di luar negeri, Kedutaan Besar Indonesia yang ada di negara tersebut, maupun lembaga-lembaga lain yang mempunyai hubungan dengan negara Indonesia.

Pelayanan Reservasi

Setelah para calon wisatawan tertarik untuk mengunjungi Indonesia, mereka akan datang ke Indonesia dengan dua cara utama, yaitu berwisata ke Indonesia melalui *travel agent* atau datang sendiri ke suatu tempat wisata tanpa melalui *travel agent*. Cara yang manapun yang dipilih oleh calon wisatawan asing, mereka pasti akan melakukan reservasi. Kegiatan *reservation* dikatakan tidak bisa dipisahkan-pisahkan dari satu komponen dengan komponen lain yang ada dalam dunia industri pariwisata. Bila dilihat secara rinci, kegiatan reservasi di hotel, *airlines* dan travel biro adalah sama namun sedikit perbedaan yaitu pada penerapannya.

Pengertian reservasi tidak hanya terlepas dari fungsi dan tugas dari *reservation department* itu sendiri yaitu: penyediaan tempat baik sebelum tamu

atau para wisatawan datang². Adapun fungsi dari *reservation department* secara umum adalah:

1. Melayani wisatawan dalam mempersiapkan tempat (kamar hotel, tempat duduk dalam pesawat, tour dan transportasi)
2. Mempersiapkan pramusiwata atau *guide* yang profesional
3. Melakukan surat menyurat dengan pihak yang terkait dan arsip.

Untuk menjalankan fungsinya tersebut kembali lagi penguasaan bahasa asing, terutama bahasa internasional mempunyai peran yang sangat penting, bahkan bisa dikatakan syarat mutlak bagi petugas reservasi.

Pelayanan Wisata

Pelayan wisata untuk wisatawan asing tidak hanya saat wisatawan asing tersebut ada di tempat wisata, melainkan dimulai dari bandara udara internasional, saat mereka mulai mendarat di Indonesia. Dari pelayanan petugas-petugas di bandara, penjemputan yang dilakukan baik oleh pihak hotel, *travel agent*, maupun penjemputan yang dilakukan oleh seorang pemandu wisata atau *guide*. Pelayanan selama perjalanan menuju penginapan ataupun hotel, pelayanan selama di hotel, saat menikmati tempat wisata, menikmati kesenian daerah, maupun budaya lokal ataupun sekedar jalan-jalan menikmati kehidupan masyarakat lokal, sampai dengan kembali ke negara asalnya.

Pelayanan yang dilakukan pihak hotel kepada tamunya sangat kompleks sesuai dengan jumlah layanan dan bagian yang tersedia di hotel tersebut. Bagian pelayanan yang membutuhkan komunikasi dengan penguasaan bahasa asing meliputi *receptionist* atau *front desk* yang minimal berkomunikasi saat *check in* dan *check out*, bagian informasi dan restoran. Bagian-bagian lain seperti *house keeper*, *bellboy* dan bagian yang lainnya, mungkin tidak mutlak tetapi merupakan nilai plus yang luar biasa apabila bagian-bagian tersebut juga bisa berkomunikasi dengan bahasa asing walaupun terbatas.

² <http://online-reservation.blogspot.com/2006/08/pra-skripsi-bab-iii.html>

Pelayanan saat *guiding*

Selama perjalanan di Indonesia, tidak sedikit wisatawan asing yang meminta bantuan pelayanan seorang *guide*. Menurut Adji Kurniawan (2012) untuk menjadi pemandu andal dan disenangi wisatawan seorang *guide* harus: berpenampilan menarik, luas pengetahuannya, berpengalaman atau jam terbangnya tinggi, punya *skill* khusus, misalnya dia juga seorang *travel writer* dan atau *travel photographer*, ramah, humoris, cekatan, kreatif, lancar dan cakap berkomunikasi, jujur dan tulus.³

Lebih jauh Adji Kurniawan menjelaskan kriteria tersebut sebagai berikut:

1. Berpenampilan menarik.
Biasanya pemandu yang berpenampilan menarik, unik, bersih, dan menyenangkan akan disukai wisatawan.
2. Mempunyai pengetahuan yang luas.
Pemandu wisata yang berpengetahuan luas bukan hanya seputar obyek wisata yang dikunjungi namun juga banyak hal lain, biasanya mendapat pujian lebih wisatawan.
3. Berpengalaman atau jam terbangnya tinggi.
Pemandu yang jam terbangnya tinggi sudah pasti punya wawasan yang jauh lebih baik ketimbang junior. Dan itu mendapat nilai plus tersendiri.
4. Mempunyai *skill* khusus
Mempunyai *skill* khusus misalnya seperti seorang *travel writer* dan atau *travel photographer*. Biasanya seorang *travel writer/photographer* terbiasa mengeksplorasi suatu obyek lebih dalam sebelum bisa menghasilkan suatu karya yang layak untuk dipublikasikan dengan begitu pengetahuannya otomatis lebih luas dan dalam pula.
5. Ramah.
Pemandu yang ramah dengan setiap wisatawan tentu akan disenangi daripada yang kurang ramah.
6. Humoris.

³ Adji Kurniawan , 2012 (<http://travelplusindonesia.blogspot.com/2012/03/10-panduan-menjadi-tour-leader-dan-tour.html>)

Pemandu yang berjiwa humoris hingga membuat wisatawan tertawa minimal tersenyum akan membuat perjalanan jadi berkesan.

7. Cekatan.

Pemandu yang dinamis, gesit atau cekatan pasti lebih disukai daripada lamban dan malas.

8. Kreatif.

Pemandu yang kreatif dalam menyampaikan ceritanya atau mengemas perjalanannya hingga berkesan akan mendapat sanjungan lebih dari wisatawan.

9. Lancar dan cakap berkomunikasi.

Pemandu yang rapi dalam menyampaikan ceritanya dengan bahasa dan suara yang memikat akan disenangi wisatawan.

10. Jujur dan tulus.

Kedua sifat ini menjadi modal dasar pemandu. Kalau dia jujur dan tulus melakukan setiap pekerjaannya akan terpancar dari aura dan prilakunya. Hal itu amat disukai wisatawan.

Apabila seorang *guide* menguasai salah satu bahasa asing, sehingga bisa berkomunikasi dengan orang yang dipandunya, maka 10 syarat untuk menjadi pemandu profesional tersebut bisa tercapai dan bisa direalisasikan. Tetapi apabila penguasaan bahasa asing nya masih kurang, maka syarat itu akan sulit untuk diwujudkan.

Komunikasi wisatawan manca dengan masyarakat

Selain pelaku pariwisata yang bersentuhan langsung dengan para wisatawan asing, masyarakat sekitar baik yang berada disekitar hotel maupun masyarakat di sekitar tempat pariwisata, juga mungkin sekali diajak berkomunikasi oleh para wisatawan asing ini. Kalau ada *guide* yang memandu hal itu tidak menjadi masalah, tetapi apabila masyarakat juga bisa menggunakan bahasa asing untuk bisa berkomunikasi, merupakan hal yang sangat positif dan akan berkesan luar biasa bagi wisatawan tersebut. Walaupun dengan bahasa yang sangat sederhana.

Pelaku Wisata dan Bahasa Asing yang harus dikuasai

Pelaku wisata yang seharusnya menguasai bahasa asing meliputi, pegawai *travel agent*, pegawai hotel, pemandu wisata atau *guide*, dan masyarakat pelaku pariwisata. Target minimal penguasaan penguasaan bahasa asing berbeda-beda menurut peran dari masing-masing pelaku.

Pegawai *Travel Agent*

Merupakan pelaku wisata yang mutlak menguasai bahasa asing dengan kemampuan *advance*, karena harus mampu menjelaskan berbagai macam paket wisata, tujuan wisata, fasilitas sekaligus berhubungan dengan reservasi maupun *ticketing*, dan masalah-masalah lain yang berhubungan dengan wisata.

Pegawai Hotel

Pegawai hotel terdiri dari beberapa bagian:

1. *Front Desk /Front Office*

Front Office terbagi menjadi dua bagian, yaitu bagian *Receptionist* dan *Resevation*. Dua bagian tersebut wajib menguasai bahasa asing terutama dalam komunikasi untuk *check in*, *check out* dan hal lain yang berhubungan dengan hal tersebut seperti penjelasan tentang fasilitas hotel dan biaya-biaya yang harus dikomunikasikan. *Front Office* ini merupakan salah satu bagian terpenting dan merupakan ujung tombak dan citra sebuah hotel di mata tamu.⁴

2. *House keeping*

⁴ http://www.authorstream.com/Presentation/elno_2811-1271391-departemen-dalam-hotel/

Bagian-bagian yang termasuk dalam *House keeping* seperti *Roomboy*, *Laundry*, terutama *Room service* dan bagian lain yang berhubungan diharapkan juga menguasai bahasa asing walaupun sangat sederhana dan terbatas. Terutama mampu berkenalan dan mampu menguasai kalimat-kalimat yang berhubungan dengan pekerjaannya.

3. Bagian-bagian lain

Bagian lain dalam hotel, seperti *accounting* dan *engineering*, *Food & Beverage* dan yang lainnya mungkin tidak bersentuhan langsung dengan para wisatawan. Tetapi sekali lagi bahasa asing merupakan nilai plus yang luar biasa. Minimal menguasai kosakata yang berhubungan dengan hal-hal atau benda yang dibutuhkan oleh wisata manca negara.

Pemandu Wisata / *Guide*

Penguasaan bahasa asing untuk pemandu wisata bagi wisatawan asing adalah syarat utama. Kalau tidak menguasai bahasa asing maka yang bersangkutan tidak berhak menjadi pemandu wisata. Bila seorang pemandu wisata penguasaan bahasa asingnya masih terbatas, dapat dikatakan tidak profesional. Menjadi pemandu wisata dan ketua rombongan yang tidak profesional atau dengan kata lain tidak memenuhi kriteria di atas bisa menjadi bumerang bagi pariwisata setempat. Seorang pemandu wisata menjadi corong pariwisata daerah tersebut. Jika dia baik dan menyenangkan, wisatawan akan menceritakan kesenangannya itu kepada wisatawan lain. Sebaliknya kalau mengecewakan, mereka akan mengabarkan kekecewaannya kepada yang lain hingga enggan bertandang.⁵

Masyarakat Sekitar

Bahasa Asing yang harus diketahui dan dikuasai oleh masyarakat sekitar tempat wisata, minimal adalah bahasa asing dasar, kosa kata sederhana dalam berkenalan, atau hanya sekedar menyapa para wisatawan asing ini. Dan apabila masyarakat tersebut termasuk penunjang wisata seperti pedagang dan yang

⁵ Adji Kurniawan , 2012 (<http://travelplusindonesia.blogspot.com/2012/03/10-panduan-menjadi-tour-leader-dan-tour.html>)

lainnya, maka yang bersangkutan harus mengenal bahasa asing dari barang yang diperdagangkannya.

Pengetahuan Budaya Asing

Selain penguasaan bahasa asing, budaya dari berbagai negara asing, baik budaya yang menyertai bahasa, maupun yang lainnya juga wajib diketahui untuk menjaga supaya bisa memahami semua komunikasi yang terjalin dengan wisman tanpa terjadi kesalahpahaman yang berarti.

Hal tersebut meliputi *stereotype*, kesukaan, hal-hal yang tidak disukai, sesuatu yang tabu dan hal-hal lainnya terutama budaya yang berbeda dengan budaya Indonesia.

Contohnya *stereotype* orang Jepang yang selalu menuntut sempurna dan disiplin, orang Jepang yang cenderung lebih memilih wisata makanan serta wisata sejarah dibanding menikmati keindahan alam. Salah satu contoh hal tabu dari negara Jepang adalah menanyakan umur kepada wanita Jepang. Budaya lain yang berbeda adalah orang Jepang tidak biasa menyentuh lawan bicara saat berbincang-bincang.

Ketidaktahuan budaya asing terutama saat berkomunikasi bisa mengakibatkan kesalahpahaman yang berefek terjadinya sesuatu yang tidak baik.

Cara-Cara meningkatkan Kemampuan Bahasa Asing Para Pelaku Wisata

Untuk meraih dan mencapai kemampuan berbahasa asing sesuai dengan peran-peran yang dilakukan kemampuan tersebut bisa diperoleh melalui beberapa cara:

1. Melalui Lembaga Formal dan Non formal

Seperti pembelajaran bahasa asing di Perguruan Tinggi, maupun lembaga kursus profesional yang akan menghasilkan sumber daya yang mampu menguasai bahasa asing secara profesional.

2. Melalui Pengabdian Masyarakat.

Pengabdian Masyarakat ini bisa dilakukan oleh para akademisi maupun relawan yang mampu berbahasa asing, untuk memberikan pelatihan

maupun pembelajaran bahasa asing, terutama untuk para pelaku wisata, maupun masyarakat yang minimal menguasai kosa kata dalam bidang kerjanya, pengenalan dan percakapan sederhana.

3. Memanfaatkan dan memberdayakan organisasi sosial.

Organisasi sosial yang bisa diajak kerjasama dalam peningkatan kemampuan bahasa asing ini antara lain: karang taruna, PKK, ataupun organisasi masyarakat lainnya.

Dengan penguasaan bahasa asing, sekaligus memahami budaya wisatawan manca negara, diharapkan bisa memberikan pelayanan yang maksimal dan mampu menimbulkan kesan atau citra yang baik yang mempunyai efek meningkatnya industri pariwisata Indonesia.

Daftar Pustaka

Adji Kurniawan , 2012, Travel Plus Indonesia, Panduan-Menjadi-Tour-Leader

Kedudukan, Tugas, Fungsi dan Kewenangan. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI. Diakses pada 27 Juni 2011.

Taufiq Yasin Rosyadi, 2014, *The sources of international relations material, Visa Magazine, 2012 , Global Tourism Intentions Survey, PT. Visa Worldwide Indonesia*

http://www.authorstream.com/Presentation/elno_2811-1271391-departemen-dalam-hotel/

<http://online-reservation.blogspot.com/2006/08/pra-skripsi-bab-iii.html>