

MEMPERKUAT SAYA SAING DI DESTINASI WISATA PARAPAT KABUPATEN SIMALUNGUN MELALUI PENGEMBANGAN KOMPETENSI BAHASA INGGRIS

Booni Tauhid

Prodi Divisi Kamar Politeknik Pariwisata, Medan, Indonesia

Corresponding Author:

booni.tauhidd@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **tingkat kompetensi bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata di Parapat, Kabupaten Simalungun**, serta mengevaluasi potensi dan tantangan dalam pengembangan kompetensi tersebut untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata. Parapat sebagai pintu gerbang menuju Danau Toba memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan internasional, namun masih menghadapi kendala dalam hal kompetensi bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha. Hal ini penting karena bahasa Inggris berperan krusial dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing, yang pada akhirnya mempengaruhi kualitas layanan dan kepuasan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan dengan pelaku usaha pariwisata, seperti pemilik penginapan, pemandu wisata, dan pedagang cinderamata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kompetensi bahasa Inggris bervariasi dari tingkat dasar hingga menengah, dengan generasi muda memiliki kemampuan yang lebih baik dibandingkan generasi tua. Potensi pengembangan kompetensi bahasa Inggris cukup besar karena adanya kesadaran akan pentingnya bahasa Inggris, namun tantangan signifikan mencakup keterbatasan akses pelatihan, biaya tinggi, dan keterbatasan waktu pelaku usaha. Dari perspektif strategi pengembangan, program pelatihan bahasa Inggris yang diselenggarakan terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan komunikasi pelaku usaha, terutama melalui modul praktis dan simulasi interaksi langsung dengan wisatawan. Namun, efektivitas pelatihan ini masih terganggu oleh hambatan waktu dan kebutuhan materi pelatihan yang lebih spesifik sesuai dengan sektor usaha. Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan yang berkelanjutan, lebih terfokus, dan inklusif untuk mendukung peningkatan daya saing destinasi wisata Parapat. Adapun kesimpulan dari penelitian ini untuk meningkatkan akses pelatihan yang terjangkau, melibatkan teknologi digital, dan memperkuat kolaborasi antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, serta organisasi pariwisata untuk mendukung pengembangan kompetensi bahasa Inggris secara optimal di sektor pariwisata Parapat.

Kata kunci: Parapat, kompetensi bahasa Inggris, pelaku usaha pariwisata, daya saing destinasi, pelatihan bahasa Inggris.

Abstract

This study aims to analyze the level of English competency among tourism businesses in Parapat, Simalungun Regency, and evaluate the potential and challenges in developing these competencies to improve the competitiveness of tourist destinations. Parapat as the gateway to Lake Toba has great potential in attracting international tourists, but still faces obstacles in terms of English language competence among business actors. This is important because English plays a crucial role in communicating with foreign tourists, which ultimately affects service quality and tourist satisfaction. This research uses a descriptive qualitative method through in-depth interviews and field observations with tourism business actors, such as innkeepers, tour guides, and souvenir traders. The results show that the level of English competency varies from basic to intermediate levels, with the younger generation having better abilities than the older generation. The potential for developing English competency is considerable due to awareness of the importance of English, but significant challenges include limited access to training, high costs, and limited time for businesses. From a

History:

Received : 25 April 2024

Revised : 29 Mei 2024

Accepted : 23 November 2024

Published : 31 Desember 2024

Publisher: LPPM Universitas Darma Agung

Licensed: This work is licensed under

Attribution-NonCommercial-No

Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)



development strategy perspective, the English language training program has proven effective in improving business owners' communication skills, especially through practical modules and simulations of direct interaction with tourists. However, the effectiveness of this training is still compromised by time constraints and the need for more specific training materials according to the business sector. Therefore, a sustainable, more focused, and inclusive training program is needed to support the improvement of the competitiveness of Parapat tourism destinations. The conclusion of this research is to increase access to affordable training, involve digital technology, and strengthen collaboration between local governments, educational institutions, and tourism organizations to support the development of optimal English language competence in the Parapat tourism sector.

Keywords: *Parapat, English language competency, tourism businesses, destination competitiveness, English language training.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata adalah kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris. Sebagai bahasa internasional, penguasaan bahasa Inggris menjadi kunci dalam menjangkau pasar wisatawan mancanegara dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi mereka (Ambarwati & Susilo, 2019). Sayangnya, masih banyak pelaku usaha pariwisata di Parapat yang memiliki kemampuan berbahasa Inggris yang terbatas, sehingga seringkali mengalami kendala dalam berinteraksi dan melayani wisatawan asing.

Tingkat kompetensi bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata di Parapat, Kabupaten Simalungun, serta mengidentifikasi strategi pengembangan kompetensi tersebut sebagai upaya meningkatkan daya saing destinasi wisata. Hal ini didasari oleh pentingnya peran bahasa Inggris dalam mendukung keberhasilan industri pariwisata di era globalisasi saat ini (Maró'ah, 2016).

Selain itu, menggali potensi dan tantangan yang dihadapi dalam upaya peningkatan kompetensi bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata di Parapat. Dengan memahami situasi saat ini dan faktor-faktor yang memengaruhi, diharapkan dapat disusun rekomendasi strategis untuk mengembangkan kompetensi berbahasa Inggris yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi setempat (Isnaini et al., 2015).

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

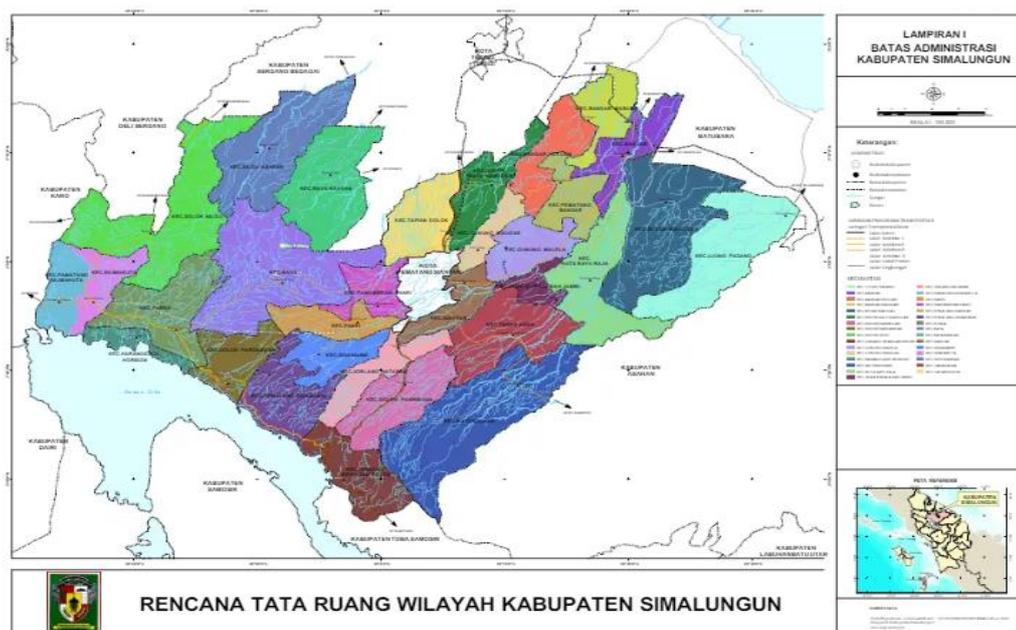
Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan tipe penelitian yang menggambarkan fenomena atau perspektif yang ada dengan cara menelaah dan memahami berbagai variabel yang berhubungan tanpa manipulasi atau intervensi dari peneliti. Metode ini digunakan untuk memahami tingkat kompetensi bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata di Parapat, Kabupaten Simalungun, serta menganalisis

berbagai potensi dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan kompetensi tersebut. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami fenomena yang ada secara mendalam dan komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Parapat adalah sebuah destinasi wisata populer yang terletak di Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara, terkenal sebagai pintu gerbang menuju Danau Toba, dan menjadi salah satu tujuan wisata andalan di Indonesia. Terletak di ketinggian sekitar 900 meter di atas permukaan laut, Parapat menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan, terutama panorama Danau Toba yang luas dan Pulau Samosir yang berada di tengah-tengahnya. Suasana di Parapat yang sejuk dan segar menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin menikmati alam serta keindahan danau vulkanik terbesar di dunia ini.



Gambar 1. Peta Kabupaten Simalungun

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Simalungun.

Hasil Penelitian

A. Tingkat Kompetensi Bahasa Inggris di Kalangan Pelaku Usaha Pariwisata di Parapat, Kabupaten Simalungun

Hasil penelitian dilapangan oleh peneliti menunjukkan bahwa secara umum, kemampuan berbahasa Inggris para pelaku usaha pariwisata masih berada pada level yang bervariasi, dari dasar hingga menengah. Sebagian besar pelaku usaha, seperti pemilik penginapan, pedagang, dan pemandu wisata,

memiliki kemampuan percakapan dasar yang terbatas pada frasa-frasa umum terkait pelayanan wisata. Meskipun mereka mampu memahami dan merespons permintaan wisatawan asing, kemampuan mereka sering kali tidak cukup untuk melakukan komunikasi yang lebih kompleks atau mendalam.

Salah satu temuan penting adalah bahwa pelaku usaha pariwisata yang lebih muda cenderung memiliki kompetensi Bahasa Inggris yang lebih baik dibandingkan dengan pelaku usaha yang lebih tua. Hal ini disebabkan oleh akses yang lebih baik terhadap pendidikan formal serta paparan media dan teknologi yang lebih luas. Namun, pelaku usaha dari generasi yang lebih tua sering kali mengandalkan pengalaman bertahun-tahun dalam berinteraksi dengan wisatawan asing, meskipun dengan keterbatasan dalam penggunaan tata bahasa dan kosakata yang benar.

Penelitian ini juga menemukan bahwa ada ketergantungan yang signifikan pada penggunaan bahasa tubuh dan alat bantu visual dalam komunikasi dengan wisatawan asing. Meskipun metode ini dapat membantu mengatasi kendala bahasa, keterbatasan dalam keterampilan Bahasa Inggris menghambat para pelaku usaha dalam memberikan pelayanan yang lebih profesional dan menyampaikan informasi yang lebih rinci kepada wisatawan, terutama dalam hal budaya, sejarah, dan informasi lokal yang lebih spesifik.

Dari perspektif bisnis, rendahnya kompetensi Bahasa Inggris juga berdampak pada potensi pengembangan usaha. Banyak pelaku usaha merasa kurang percaya diri dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing, yang berdampak pada hilangnya peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan internasional. Selain itu, kurangnya kemampuan Bahasa Inggris yang memadai membuat mereka kesulitan dalam beradaptasi dengan tren global dalam industri pariwisata, seperti pemasaran digital dan pemanfaatan platform online yang mayoritas menggunakan Bahasa Inggris.

B. Potensi dan Tantangan dalam Upaya Peningkatan Kompetensi Bahasa Inggris di Kalangan Pelaku Usaha Pariwisata di Parapat

Mengenai potensi dan tantangan dalam upaya peningkatan kompetensi Bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata di Parapat, dimana hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang mendukung dan menghambat proses peningkatan kemampuan bahasa asing di kawasan wisata ini. Secara umum, potensi untuk meningkatkan kompetensi Bahasa Inggris cukup besar, terutama karena Parapat merupakan destinasi wisata internasional yang menerima kunjungan dari berbagai negara. Pelaku usaha menyadari pentingnya kemampuan berbahasa Inggris untuk meningkatkan pelayanan kepada wisatawan asing dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Salah satu potensi utama adalah kesadaran yang tinggi di kalangan pelaku usaha pariwisata akan pentingnya Bahasa Inggris. Banyak dari mereka

yang menunjukkan motivasi untuk belajar dan mengembangkan kemampuan berbahasa Inggris agar bisa lebih efektif dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing. Selain itu, adanya potensi kolaborasi dengan lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan organisasi pariwisata lokal memberikan peluang untuk mengadakan program pelatihan Bahasa Inggris secara berkelanjutan, yang dapat menjawab kebutuhan praktis pelaku usaha di sektor pariwisata.

Namun, tantangan utama yang dihadapi dalam upaya peningkatan kompetensi Bahasa Inggris adalah keterbatasan akses terhadap pelatihan formal. Banyak pelaku usaha, terutama yang berada di daerah pedesaan, tidak memiliki akses mudah ke kursus atau program pelatihan yang dirancang khusus untuk kebutuhan pariwisata. Selain itu, biaya untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris juga menjadi hambatan signifikan bagi sebagian pelaku usaha, terutama mereka yang memiliki usaha kecil dengan pendapatan terbatas.

Keterbatasan waktu juga menjadi tantangan lain dalam proses peningkatan kompetensi Bahasa Inggris. Pelaku usaha di sektor pariwisata sering kali sibuk dengan aktivitas bisnis sehari-hari, sehingga sulit untuk menyisihkan waktu khusus untuk mengikuti kursus atau pelatihan Bahasa Inggris. Banyak dari mereka harus berfokus pada operasional harian, sehingga prioritas untuk pengembangan keterampilan bahasa sering kali menjadi hal yang terabaikan, meskipun mereka menyadari pentingnya keterampilan tersebut.

Selain itu, perbedaan generasi juga menjadi salah satu tantangan yang signifikan. Pelaku usaha yang lebih muda umumnya lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi dan memiliki akses yang lebih mudah terhadap sumber belajar Bahasa Inggris melalui platform daring. Sebaliknya, pelaku usaha yang lebih tua sering kali mengalami kesulitan dalam mengikuti program pembelajaran yang berbasis teknologi, serta memiliki tingkat adaptasi yang lebih rendah terhadap metode pembelajaran modern. Hal ini menciptakan kesenjangan dalam kemampuan Bahasa Inggris di antara pelaku usaha di Parapat.

Meskipun terdapat banyak potensi dalam upaya peningkatan kompetensi Bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata di Parapat, tantangan-tantangan yang ada perlu segera diatasi melalui pendekatan yang lebih strategis dan inklusif. Program pelatihan Bahasa Inggris yang disesuaikan dengan kebutuhan praktis, akses yang lebih mudah dan terjangkau, serta dukungan dari berbagai pemangku kepentingan akan sangat penting untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Dengan peningkatan kompetensi Bahasa Inggris yang lebih luas dan merata, pelaku usaha di Parapat dapat lebih siap untuk menghadapi persaingan global dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada wisatawan internasional.

C. Efektivitas Strategi Pengembangan Kompetensi Bahasa Inggris sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Destinasi Wisata Parapat

Hasil dilapangan menunjukkan bahwa penguasaan bahasa asing, terutama Bahasa Inggris, memiliki peran penting dalam mendukung daya saing destinasi wisata ini. Parapat, sebagai pintu gerbang menuju Danau Toba yang menjadi destinasi wisata internasional, sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha pariwisata dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing. Strategi pengembangan kompetensi Bahasa Inggris yang diterapkan melalui pelatihan dan pendidikan informal terbukti memberikan dampak positif, meskipun masih terdapat beberapa tantangan dalam implementasinya.

Salah satu strategi yang dinilai cukup efektif adalah penyelenggaraan program pelatihan Bahasa Inggris yang dirancang khusus untuk para pelaku usaha di sektor pariwisata. Program pelatihan ini berfokus pada keterampilan percakapan praktis yang dibutuhkan dalam interaksi sehari-hari dengan wisatawan. Pelatihan tersebut melibatkan simulasi situasi nyata, seperti menerima tamu, memberikan informasi wisata, dan menangani keluhan pelanggan. Penelitian ini menemukan bahwa pelatihan semacam ini berhasil meningkatkan rasa percaya diri para pelaku usaha dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing, sehingga meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Efektivitas strategi ini juga terlihat dari peningkatan jumlah pelaku usaha yang mampu menggunakan Bahasa Inggris dalam operasional harian mereka. Beberapa usaha pariwisata, seperti hotel, restoran, dan agen perjalanan, melaporkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan asing setelah staf mereka mengikuti pelatihan Bahasa Inggris. Selain itu, kemampuan untuk memberikan informasi yang lebih rinci dan memadai tentang atraksi lokal juga menjadi faktor penting dalam memberikan pengalaman wisata yang lebih berkualitas, yang pada gilirannya meningkatkan reputasi Parapat sebagai destinasi wisata yang kompetitif di tingkat internasional.

Namun, penelitian ini juga mengungkapkan beberapa hambatan yang mengurangi efektivitas strategi pengembangan kompetensi Bahasa Inggris. Keterbatasan dalam hal waktu dan sumber daya menjadi kendala utama bagi banyak pelaku usaha, terutama yang berasal dari sektor usaha mikro dan kecil. Selain itu, perbedaan tingkat pendidikan formal di antara para peserta pelatihan memengaruhi hasil yang dicapai. Pelaku usaha yang memiliki latar belakang pendidikan rendah cenderung mengalami kesulitan dalam menyerap materi pelatihan, terutama dalam hal tata bahasa dan kosakata yang lebih kompleks.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, penelitian ini merekomendasikan adanya pendekatan yang lebih berkelanjutan dan inklusif. Misalnya, program

pelatihan sebaiknya diselenggarakan secara berkala dan menyesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha, termasuk penyediaan materi yang lebih mudah dipahami untuk peserta dengan latar belakang pendidikan yang lebih rendah. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital, seperti aplikasi pembelajaran bahasa atau platform e-learning, dapat memberikan akses yang lebih luas bagi pelaku usaha untuk belajar Bahasa Inggris secara mandiri di luar jam kerja mereka.

Secara keseluruhan, strategi pengembangan kompetensi Bahasa Inggris terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata Parapat, namun keberlanjutan dan penyesuaian program pelatihan sangat diperlukan untuk memastikan hasil yang optimal. Dengan peningkatan kemampuan berbahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata, Parapat dapat menawarkan layanan yang lebih profesional, memperbaiki pengalaman wisatawan, dan pada akhirnya memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata unggulan yang mampu bersaing di kancah global.

D. Pembahasan

Penelitian ini telah memaparkan data mengenai tingkat kompetensi bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata di Parapat, Kabupaten Simalungun, serta potensi dan tantangan dalam upaya peningkatan kompetensi tersebut. Selain itu, penelitian ini juga menelaah efektivitas strategi pengembangan kompetensi bahasa Inggris sebagai upaya meningkatkan daya saing destinasi wisata Parapat. Peneliti akan membahas temuan terkait kemampuan sumber daya manusia (SDM) dalam penguasaan bahasa Inggris di destinasi wisata Parapat. Temuan ini menyoroti pentingnya penguasaan bahasa Inggris sebagai alat komunikasi yang krusial dalam bertatap muka dengan wisatawan asing, yang dapat menjadi penentu atas kualitas dan profesionalitas layanan pariwisata yang diberikan di lokasi tersebut.

Temuan pertama adalah tingkat kompetensi bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata yang menunjukkan variasi yang signifikan. Mayoritas pelaku usaha di Parapat memiliki kemampuan bahasa Inggris yang masih perlu ditingkatkan, terutama dalam kemampuan berbicara dan mendengarkan yang merupakan keterampilan kritis dalam pelayanan langsung kepada wisatawan. Ini mencakup kemampuan untuk memahami dan menjawab pertanyaan wisatawan, menawarkan informasi dan rekomendasi, serta menangani keluhan dengan cara yang ramah dan profesional.

Pentingnya penguasaan bahasa Inggris dalam industri pariwisata tidak dapat disangkal, mengingat bahwa bahasa Inggris sering dianggap sebagai *lingua franca* yang memungkinkan komunikasi lintas budaya antara pelaku industri dan wisatawan dari berbagai negara. Kompetensi ini mencakup empat keterampilan utama: mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis, yang keseluruhannya diperlukan untuk memenuhi standar layanan internasional di

destinasi wisata (Richards, 2015). Dalam konteks studi ini, Richards menyoroti bahwa pengembangan kompetensi bahasa Inggris di sektor pariwisata tidak hanya bertumpu pada aspek-aspek linguistik, tetapi juga harus menjangkau dimensi budaya dan sosial, memungkinkan pelaku pariwisata untuk lebih beradaptasi dengan latar belakang budaya yang berbeda dan memberikan pelayanan dengan nuansa yang lebih sensitif serta tanggap.

Penguasaan bahasa Inggris dalam pariwisata juga harus mempertimbangkan pendekatan pengajaran yang lebih spesifik seperti English for Specific Purposes (ESP). Menurut Hutchinson & Waters (1987), metodologi ini meningkatkan kemampuan berkomunikasi secara profesional dan kontekstual, sehingga memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi dengan wisatawan dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pendekatan generalis. Ini penting untuk menjaga kualitas interaksi sekaligus memastikan bahwa pengalaman wisatawan mendapatkan layanan yang maksimal seperti yang dijelaskan dalam studi oleh Ambarwati dan Susilo (2019), yang mendapati penguasaan bahasa Inggris mampu meningkatkan kualitas interaksi dan mendapatkan kepuasan wisatawan.

Tidak kalah penting adalah penelitian terdahulu yang menyoroti relevansi kompetensi bahasa Inggris dalam sektor pariwisata, seperti yang dilakukan oleh Sugiyono (2017) di Yogyakarta, yang menggarisbawahi peranan penting bahasa Inggris dalam menunjang sektor pariwisata dan peningkatan layanan wisata ke tingkat lebih tinggi. Di Bali, Wahyu et al. (2018) menemukan bahwa pelatihan berkelanjutan dalam bahasa asing memberikan dampak positif pada kualitas layanan yang pada akhirnya mengangkat standar destinasi wisata berkelas dunia. Temuan ini juga relevan dengan yang terjadi di Parapat, di mana strategi pelatihan bahasa Inggris seharusnya juga dapat diformulasi secara lebih baik, memanfaatkan pendekatan pendidikan berkelanjutan dan pelatihan intensif sebagaimana disarankan oleh Yuliawati dan Prijana (2017), untuk meningkatkan daya saing dan profesionalitas tenaga kerja di sektor pariwisata.

Selain aspek pengajaran dan pelatihan bahasa, teori kompetensi komunikasi oleh Hymes (1972) menawarkan perspektif bahwa kemampuan untuk menggunakan bahasa dalam konteks sosial yang tepat juga sama pentingnya. Pelaku pariwisata di Parapat harus dilatih tidak hanya dalam pengetahuan bahasa tetapi juga pada kemampuan menggunakan bahasa tersebut sesuai konteks yang dimiliki wisatawan yang beragam sehingga tidak hanya efektif secara verbal tetapi juga kontekstual. Sebagai tambahan, teori interkulturalisasi (Byram, 1997) yang menyoroti pentingnya kepekaan budaya dan keterampilan komunikasi lintas budaya, menjadi penting dalam mempersiapkan tenaga kerja dalam berinteraksi dengan latar belakang budaya yang beragam.

Penerapan strategi-strategi pengembangan haruslah mengadopsi pendekatan yang holistik dan berorientasi pada aspek prioritas yang paling mendesak, misalnya peningkatan kompetensi berbicara yang relevan dengan kebutuhan langsung di lapangan. Selain itu, pendekatan CLIL (Content and Language Integrated Learning) berdasar Coyle, Hood, & Marsh (2010) menekankan teknik pengajaran yang memadukan pembelajaran konten dan bahasa secara simultan, dapat diterapkan pada konten-konten pariwisata seperti manajemen hotel, layanan pelanggan, dan pemanduan wisata, yang dapat membantu meningkatkan daya saing dan kualitas layanan di Parapat.

Peningkatan kompetensi bahasa Inggris di sektor pariwisata di Parapat adalah strategi kunci yang harus diterapkan untuk memperkuat daya saing destinasi tersebut. Dengan penguasaan bahasa Inggris, pelaku pariwisata di Parapat dapat memastikan layanan yang lebih baik, meningkatkan interaksi positif dan pengalaman wisatawan, serta membantu membangun citra destinasi wisata yang profesional dan ramah. Dengan demikian, pengembangan kompetensi bahasa Inggris mampu menjadi katalis pertumbuhan berkelanjutan dan kesuksesan destinasi wisata Parapat pada masa mendatang.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Adapun simpulan dari pembahasan bab diatas adalah sebagai berikut:

1. Terkait tingkat kompetensi bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha pariwisata, ditemukan bahwa kemampuan berbahasa Inggris mereka bervariasi dari tingkat dasar hingga menengah. Sementara pelaku usaha yang lebih muda cenderung memiliki kompetensi yang lebih baik, banyak di antaranya masih mengandalkan frasa sederhana dan bahasa tubuh dalam interaksi dengan wisatawan asing. Hal ini menunjukkan masih adanya kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris agar dapat memberikan layanan yang lebih profesional dan mendetail.
2. Mengenai potensi dan tantangan dalam upaya peningkatan kompetensi bahasa Inggris, penelitian ini mengidentifikasi potensi besar yang diakibatkan oleh kesadaran tinggi terhadap pentingnya Bahasa Inggris di kalangan pelaku usaha. Namun, tantangan signifikan juga terlihat, seperti keterbatasan akses terhadap pelatihan, biaya tinggi, dan kesenjangan dalam kemampuan teknologi dan pendidikan di antara generasi yang berbeda. Untuk mengatasi ini, solusi strategis dan kolaboratif diperlukan agar pelaku usaha dapat mengakses pembelajaran bahasa yang lebih terfokus dan inklusif.
3. Efektivitas strategi pengembangan kompetensi bahasa Inggris dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata Parapat terbilang signifikan.

Program pelatihan yang sudah diterapkan berhasil meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing. Namun, efektivitas ini sedikit terganggu oleh keterbatasan waktu dan sumber daya, serta perlunya materi pelatihan yang lebih spesifik sesuai kebutuhan sektor masing-masing. Dengan demikian, program pelatihan perlu dirancang secara berkelanjutan dan fleksibel agar dapat menjawab kebutuhan dan keterbatasan pelaku usaha mikro dan kecil.

B. Saran

Saran dari penelitian ini adalah:

1. Perlu diadakan program pelatihan Bahasa Inggris yang lebih berkelanjutan dan terintegrasi, dengan fokus pada kebutuhan praktis dan spesifik dari masing-masing sektor usaha pariwisata, seperti hotel, restoran, pemandu wisata, dan lainnya. Program ini sebaiknya melibatkan simulasi dan modul spesifik yang memudahkan pelaku usaha dalam menyerap dan mengaplikasikan materi pembelajaran.
2. Peningkatan akses terhadap program pelatihan menjadi hal yang mendesak. Sebaiknya, diadakan program pelatihan yang lebih mudah dijangkau oleh semua pelaku usaha, termasuk yang berada di daerah pedesaan atau mereka yang memiliki usaha kecil dengan keterbatasan sumber daya. Selain itu, pelatihan yang disubsidi atau disokong oleh pemerintah daerah dan lembaga terkait dapat mengurangi hambatan biaya yang selama ini menjadi penghalang peningkatan kompetensi.
3. Pemanfaatan teknologi digital dan platform pembelajaran daring bisa menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi keterbatasan waktu dan akses. Pelaku usaha harus didorong untuk menggunakan aplikasi pembelajaran bahasa yang dapat diakses kapan saja, serta disediakan dukungan teknis agar mereka dapat memanfaatkannya secara optimal. Hal ini akan memberikan fleksibilitas bagi pelaku usaha untuk belajar sesuai dengan waktu dan kenyamanan mereka.
4. Perlu adanya kerjasama yang lebih erat antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan organisasi pariwisata untuk membangun program-program pelatihan yang relevan dan terpadu. Kerjasama ini akan memastikan bahwa seluruh pemangku kepentingan berkontribusi dalam peningkatan kompetensi Bahasa Inggris secara efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, R., & Susilo, Y. (2019). Pengembangan Formulasi Gel Yang Mengandung Sistem Transfersome Ekstrak Daun Pandan (*Pandanus Amaryllifolius*). *FITOFARMAKA: Jurnal Ilmiah Farmasi*, 9(2), 138–143.
- Byram, M. (1997). 'Cultural awareness' as vocabulary learning. *Language Learning*

- Journal*, 16(1), 51–57.
- Coyle, D. (2010). *CLIL: Content and language integrated learning*. Cambridge University Press.
- Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). 13 Still undigested: research issues in tourism and gastronomy. *Tourism and Gastronomy*, 224.
- Hutchinson, T. (1987). *English for specific purposes*. Cambridge University Press.
- Hymes, D. (1992). The concept of communicative competence revisited. *Thirty Years of Linguistic Evolution*, 1(2), 31–57.
- Isnaini, M., W, D. K., & Noviani, L. (2015). Pengaruh Kompetensi Dosen dan Fasilitas Belajar Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. In *Jom FKIP*.
- Laia, V. R., Simanjuntak, A., & Sipayung, T. D. (2022). Pengaruh Kompetensi Aparatur, Partisipasi Masyarakat, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Komitmen Organisasi Pemerintah Desa terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa (Studi Empiris di Desa Simandraolo dan Desa Hilinamazihono Kabupaten Nias Selatan). *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–16.
- Maro'ah, S. (2016). Pemasaran Produk Olahan Ikan Laut Ukm Kenjeran Surabaya Berbasis Marketing Mix Syariah. In *Balance Economics, Bussiness, Management and Accounting Journal* (Vol. 13, Issue 02, pp. 1315–1327). Universitas 17 Agustus.
- MULYADI, D., & RACHMAWATI, I. K. E. (2023). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON USER SATISFACTION THROUGH OFFICIAL CREDIBILITY AT SUKABUMI PUBLIC LIBRARY. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTI SCIENCE*, 3(05), 74–89.
- Nunan, D., & Richards, J. C. (2015). *Language learning beyond the classroom*. Routledge.
- Siahaan, R. F., Marpaung, P., Sitompul, K. L., Ndruru, I., & Tampubolon, G. J. (2024). PEMBANGUNAN SISTEM PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA PADA PT. BPR PERBAUNGAN. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 2315–2317.