



Peluang Karier Mahasiswa Perhotelan di Industri Pariwisata Internasional melalui Penguasaan Bahasa Asing

Kadek Ayu Ekasani^{1*}, Putu Dian Yuliani Paramita², Ida Ayu Gayatri Kesumayathi³

¹⁻³Manajemen Perhotelan D4, Fakultas Pariwisata dan Bisnis, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Indonesia

Email: ekasani@ipb-intl.ac.id^{1*}

Alamat: Jl. Gatot Subroto Tim. Jl. Kecak No.12, Tonja, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali 80239, Indonesia

*Korespondensi penulis

Abstract. *This study aims to analyze students' perceptions of foreign language learning and its impact on their readiness to enter the international job market. The research employed a descriptive qualitative method, collecting data through questionnaires distributed to 100 students from various study programs across multiple faculties. The study explored students' experiences in learning foreign languages, including perceived challenges, motivations, and the effectiveness of teaching strategies applied in the classroom. The findings indicate that foreign language proficiency has a positive correlation with students' confidence levels, especially when facing cross-border professional challenges, international collaboration, and communication with global stakeholders. Students reported that while foreign language learning at the university is generally effective, there are areas for improvement, particularly regarding the integration of real-world contexts, industry-specific vocabulary, and interactive practice opportunities. Furthermore, the study revealed that students value opportunities for cultural exposure, international internships, and collaboration with foreign peers as part of their learning experience. Based on these findings, universities are recommended to adopt strategies such as curriculum integration, practice-based teaching methods, interdisciplinary projects, and strengthening international partnerships to better prepare students for global employment. The study concludes that foreign language mastery is not only a linguistic skill but also an essential social, cultural, and professional capital that enhances graduates' competitiveness in the global job market. Ultimately, developing comprehensive language skills, combined with intercultural competence, will equip students with the adaptability, confidence, and communication abilities required to thrive in diverse international work environments.*

Keywords: *Foreign Language; Hospitality Students; International Job; Learning Strategies; Self-Confidence*

Abstrak. Studi ini bertujuan menganalisis persepsi mahasiswa terhadap pembelajaran bahasa asing dan dampaknya terhadap kesiapan mereka memasuki pasar kerja internasional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 mahasiswa dari berbagai program studi di berbagai fakultas. Studi ini mengeksplorasi pengalaman mahasiswa dalam mempelajari bahasa asing, termasuk tantangan yang dirasakan, motivasi, dan efektivitas strategi pengajaran yang diterapkan di kelas. Temuan menunjukkan bahwa kemahiran berbahasa asing berkorelasi positif dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa, terutama ketika menghadapi tantangan profesional lintas batas, kolaborasi internasional, dan komunikasi dengan pemangku kepentingan global. Mahasiswa melaporkan bahwa meskipun pembelajaran bahasa asing di universitas umumnya efektif, masih terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan, terutama terkait integrasi konteks dunia nyata, kosakata khusus industri, dan kesempatan praktik interaktif. Lebih lanjut, studi ini mengungkapkan bahwa mahasiswa menghargai kesempatan untuk paparan budaya, magang internasional, dan kolaborasi dengan rekan-rekan asing sebagai bagian dari pengalaman belajar mereka. Berdasarkan temuan ini, universitas direkomendasikan untuk mengadopsi strategi seperti integrasi kurikulum, metode pengajaran berbasis praktik, proyek interdisipliner, dan penguatan kemitraan internasional guna mempersiapkan mahasiswa dengan lebih baik untuk dunia kerja global. Studi ini menyimpulkan bahwa penguasaan bahasa asing bukan hanya keterampilan linguistik, tetapi juga modal sosial, budaya, dan profesional yang esensial yang meningkatkan daya saing lulusan di pasar kerja global. Pada akhirnya, pengembangan keterampilan bahasa yang komprehensif, dikombinasikan dengan kompetensi antarbudaya, akan membekali mahasiswa dengan kemampuan beradaptasi, kepercayaan diri, dan komunikasi yang dibutuhkan untuk berkembang di lingkungan kerja internasional yang beragam.

Kata kunci: Bahasa Asing; Kepercayaan Diri; Mahasiswa Perhotelan; Pekerjaan Internasional; Strategi Pembelajaran

1. LATAR BELAKANG

Bali telah lama menjadi salah satu destinasi pariwisata unggulan di dunia, dikenal dengan keindahan alamnya, kekayaan budayanya, serta keramahan masyarakatnya dalam menyambut wisatawan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Bali (2023), jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali mencapai 4,3 juta orang pada tahun 2022, meningkat pesat setelah mengalami penurunan drastis akibat pandemi COVID-19. Pariwisata merupakan sektor ekonomi utama di Bali, menyumbang lebih dari 50% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi lebih dari 30% penduduk lokal yang bekerja di sektor perhotelan, agen perjalanan, restoran, serta bidang terkait lainnya (BPS Bali, 2023).

Sebagai pusat industri pariwisata, Bali memiliki standar pelayanan yang tinggi, terutama di sektor perhotelan. Para profesional perhotelan diharapkan memiliki keterampilan komunikasi yang baik, tidak hanya dalam bahasa Indonesia tetapi juga dalam berbagai bahasa asing, mengingat wisatawan yang datang berasal dari berbagai negara. Laporan dari World Travel & Tourism Council (WTTC, 2021) menyebutkan bahwa lebih dari 80% wisatawan internasional menganggap keterampilan bahasa asing tenaga kerja perhotelan sebagai salah satu faktor utama yang menentukan kualitas layanan. Oleh karena itu, penguasaan bahasa asing menjadi suatu keharusan bagi tenaga kerja yang ingin sukses di industri perhotelan di Bali.

Dalam industri perhotelan global, penguasaan bahasa asing telah menjadi salah satu keterampilan yang sangat dihargai oleh perusahaan-perusahaan multinasional. Studi yang dilakukan oleh Baum (2019) menunjukkan bahwa tenaga kerja perhotelan yang menguasai dua atau lebih bahasa asing memiliki peluang 40% lebih besar untuk mendapatkan promosi dibandingkan dengan mereka yang hanya menguasai satu bahasa. Bahasa Inggris tetap menjadi bahasa utama dalam komunikasi bisnis di industri perhotelan, tetapi permintaan akan tenaga kerja yang menguasai bahasa lain seperti Mandarin, Jepang, Prancis, Jerman, dan Arab juga terus meningkat (Richards & Munsters, 2018).

Di Bali, industri pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi utama yang didominasi oleh wisatawan asing dari berbagai negara. Hal ini menuntut tenaga kerja di sektor perhotelan untuk memiliki kemampuan berkomunikasi dalam berbagai bahasa agar pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pengunjung internasional. Kemampuan bahasa asing tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga berpengaruh terhadap kepuasan tamu serta citra hotel secara keseluruhan (Prasetya & Santosa, 2022). Selain itu, kompetensi komunikasi multibahasa juga menjadi faktor penting dalam membangun hubungan interpersonal antara staf hotel dan tamu, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas

pelanggan dan reputasi destinasi wisata Bali (Wijaya & Putri, 2023). Oleh karena itu, pengembangan keterampilan bahasa asing bagi tenaga kerja perhotelan tidak boleh diabaikan, dan perlu didukung melalui program pelatihan, workshop, serta integrasi praktik bahasa dalam kurikulum pendidikan vokasi. Pendekatan ini diharapkan dapat mempersiapkan tenaga kerja yang adaptif, profesional, dan mampu menghadapi tantangan interaksi lintas budaya di lingkungan kerja yang multinasional. Mahasiswa yang menempuh pendidikan di bidang perhotelan memiliki tantangan tersendiri dalam mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja yang kompetitif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hall & Page (2020), tenaga kerja perhotelan yang memiliki keterampilan multibahasa memiliki kemungkinan lebih besar untuk bekerja di jaringan hotel internasional dibandingkan mereka yang hanya menguasai satu bahasa. Di Bali, lembaga pendidikan seperti Sekolah Perhotelan Bali (SPB) telah menerapkan kurikulum yang mencakup pembelajaran bahasa asing untuk meningkatkan daya saing lulusannya. Namun, berdasarkan survei internal yang dilakukan oleh Gunarwan (2019), sekitar 60% mahasiswa perhotelan masih merasa kurang percaya diri dalam berkomunikasi dalam bahasa asing di lingkungan profesional.

Selain itu, perkembangan teknologi juga memberikan peluang dan tantangan tersendiri dalam pembelajaran bahasa. Stockwell (2013) menekankan bahwa digitalisasi telah memungkinkan mahasiswa untuk belajar bahasa secara mandiri melalui berbagai aplikasi pembelajaran berbasis teknologi seperti Duolingo, Babbel, Rosetta Stone, dan platform pembelajaran daring lainnya. Namun, meskipun teknologi membantu dalam proses pembelajaran, pengalaman langsung melalui magang di hotel berbintang dan interaksi dengan wisatawan asing tetap menjadi metode terbaik dalam meningkatkan keterampilan bahasa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penguasaan bahasa asing dapat meningkatkan peluang karier mahasiswa perhotelan di Bali, khususnya mahasiswa Sekolah Perhotelan Bali (SPB), dalam menghadapi persaingan di industri perhotelan internasional yang semakin kompetitif.

2. KAJIAN TEORITIS

Penguasaan Bahasa Asing dalam Industri Pariwisata

Bahasa asing memainkan peran penting dalam industri pariwisata, terutama di destinasi internasional seperti Bali. Menurut Hall dan Page (2020), kemampuan berkomunikasi dalam bahasa asing meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan wisatawan. Studi lain oleh Baum (2019) menunjukkan bahwa tenaga kerja yang menguasai bahasa asing lebih mudah mendapatkan promosi dan peluang kerja di sektor perhotelan. Hal ini disebabkan oleh

meningkatnya kebutuhan tenaga kerja yang mampu berinteraksi dengan wisatawan dari berbagai latar belakang budaya dan bahasa.

Richards dan Munsters (2018) menyatakan bahwa penguasaan bahasa asing juga mempengaruhi daya saing individu dalam industri perhotelan. Wisatawan cenderung merasa lebih nyaman dan dihargai ketika mereka dapat berkomunikasi dalam bahasa mereka sendiri, yang meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu layanan perhotelan (Gunarwan, 2019). Lebih lanjut, penelitian oleh Badan Pariwisata Dunia (UNWTO, 2021) menunjukkan bahwa destinasi wisata yang memiliki tenaga kerja dengan kemampuan bahasa asing yang baik cenderung memiliki tingkat kunjungan wisatawan yang lebih tinggi karena memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan dan nyaman bagi wisatawan internasional.

Hubungan antara Keterampilan Bahasa Asing dan Peluang Karier

Penelitian oleh Crystal (2012) menemukan bahwa keterampilan bahasa asing tidak hanya meningkatkan interaksi dengan pelanggan tetapi juga memperluas kesempatan untuk bekerja di perusahaan multinasional. Selain itu, dalam penelitian Gunarwan (2019), ditemukan bahwa individu yang memiliki kemampuan bilingual atau multilingual memiliki peluang lebih besar untuk ditempatkan di posisi strategis dalam industri perhotelan. Kemampuan bahasa asing juga dianggap sebagai aset berharga oleh perusahaan perhotelan karena membantu dalam menjalin kerja sama internasional dan memperluas jaringan bisnis global.

Badan Pusat Statistik (2023) mencatat bahwa pertumbuhan industri perhotelan di Bali terus meningkat, seiring dengan bertambahnya wisatawan asing yang datang setiap tahunnya. Hal ini memperkuat pentingnya keterampilan bahasa asing bagi tenaga kerja perhotelan agar dapat memenuhi kebutuhan komunikasi lintas budaya dengan lebih baik.

Strategi Pembelajaran Bahasa Asing bagi Mahasiswa Perhotelan

Pembelajaran bahasa asing bagi mahasiswa perhotelan dapat dilakukan melalui berbagai metode, termasuk pembelajaran formal di institusi pendidikan serta praktik langsung di lingkungan kerja. Menurut Hall dan Page (2020), pelatihan intensif dan praktik langsung dengan wisatawan asing dapat meningkatkan kefasihan bahasa secara signifikan. Selain itu, pembelajaran berbasis budaya seperti pertukaran pelajar dan program pelatihan magang di hotel internasional juga menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan keterampilan komunikasi bahasa asing mahasiswa perhotelan. Baum (2019) juga menyoroti pentingnya imersi budaya, di mana mahasiswa dapat belajar bahasa asing dengan lebih efektif melalui interaksi langsung dengan penutur asli. Program magang dan pelatihan kerja di hotel-hotel

internasional menjadi salah satu cara efektif untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dalam bahasa asing (Richards & Munsters, 2018).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam persepsi, motivasi, dan pengalaman mahasiswa terkait pembelajaran bahasa asing serta relevansinya dengan kesiapan menghadapi pasar kerja internasional. Meskipun bersifat kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terbuka kepada 100 orang mahasiswa SPB yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Responden dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam pembelajaran bahasa asing di tingkat perguruan tinggi dan ketertarikan terhadap peluang kerja global. Instrumen kuesioner dirancang dalam bentuk pertanyaan terbuka yang mendorong responden memberikan jawaban naratif dan reflektif, mencakup aspek manfaat bahasa asing bagi karier, peningkatan kepercayaan diri, dan efektivitas pembelajaran bahasa asing di kampus.

Pengumpulan data dilakukan selama dua minggu melalui platform daring, dengan penyertaan informed consent untuk menjamin etika penelitian. Seluruh jawaban dianalisis menggunakan analisis tematik (thematic analysis) dengan tahapan: (1) membaca ulang seluruh data secara menyeluruh, (2) melakukan open coding untuk menandai kata kunci atau frasa penting, (3) mengelompokkan kode ke dalam kategori yang lebih luas, dan (4) mengidentifikasi tema-tema utama yang relevan. Validitas data diperkuat melalui diskusi antar-peneliti (peer debriefing) untuk meminimalisasi bias interpretasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 mahasiswa jurusan perhotelan di Sekolah Perhotelan Bali mengenai persepsi mahasiswa terhadap pentingnya penguasaan bahasa asing dalam menunjang karier di industri pariwisata internasional, serta tingkat kesiapannya dalam menghadapi pasar kerja global diperoleh beberapa temuan sebagai berikut:

Penguasaan Bahasa Asing dan Tingkat Kepercayaan Diri

Hasil survei terhadap 100 mahasiswa menunjukkan bahwa 78% responden menilai kemampuan bahasa asing mereka berada pada tingkat menengah, 12% menganggap sudah berada pada tingkat mahir, dan 10% masih berada pada tingkat dasar. Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memiliki fondasi yang cukup untuk berkomunikasi dalam bahasa asing, namun belum semuanya merasa percaya diri dalam menggunakannya di konteks formal atau profesional. Tingkat kepercayaan diri memiliki korelasi positif yang

signifikan dengan tingkat penguasaan bahasa asing, yang terlihat dari temuan bahwa mahasiswa yang menilai kemampuan mereka sebagai “mahir” cenderung melaporkan kepercayaan diri tinggi (92%), sedangkan pada kategori “menengah” persentase tersebut turun menjadi 65%, dan pada kategori “dasar” hanya 30%.

Secara teoretis, temuan ini sejalan dengan konsep *communicative competence* dari Hymes (1972) yang menekankan bahwa penguasaan bahasa tidak hanya soal tata bahasa dan kosakata, tetapi juga mencakup aspek sosiolinguistik dan strategi komunikasi yang meningkatkan rasa percaya diri. Dalam konteks ini, kepercayaan diri terbentuk ketika keterampilan bahasa sudah terinternalisasi sehingga pengguna mampu mengekspresikan gagasan tanpa terlalu memikirkan struktur bahasa secara sadar. Temuan ini juga selaras dengan teori *self-efficacy* Bandura (1997), di mana keyakinan seseorang terhadap kemampuannya akan memengaruhi tingkat partisipasi, usaha, dan ketekunan dalam menghadapi tantangan, termasuk komunikasi lintas budaya.

Wawancara terbuka dari 20 responden terpilih memperkuat analisis ini. Sebagian mahasiswa menyatakan bahwa mereka merasa percaya diri berbahasa asing hanya ketika berada di lingkungan yang mendukung, misalnya saat berbicara dengan dosen atau teman yang juga menggunakan bahasa tersebut. Namun, ketika berhadapan dengan penutur asli atau dalam situasi profesional, sebagian besar mengaku gugup karena khawatir membuat kesalahan. Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan bahasa saja tidak cukup untuk membangun kepercayaan diri, melainkan perlu adanya pengalaman nyata, latihan berkelanjutan, dan paparan terhadap situasi komunikasi autentik. Dengan demikian, strategi pembelajaran bahasa asing di perguruan tinggi perlu memasukkan unsur simulasi dunia kerja, interaksi langsung dengan penutur asli, dan pelatihan keterampilan presentasi internasional agar mahasiswa tidak hanya kompeten secara linguistik, tetapi juga percaya diri secara psikologis.

Pentingnya Bahasa Asing untuk Karier

Hasil survei memperlihatkan bahwa 85% responden meyakini penguasaan bahasa asing memiliki dampak signifikan terhadap peluang kerja mereka, baik di dalam maupun luar negeri. Sebanyak 68% responden bahkan menyatakan bahwa bahasa asing merupakan keterampilan yang membedakan mereka dari pelamar lain dalam proses rekrutmen. Dari segi kuantitatif, mahasiswa yang memiliki skor TOEFL di atas 500 atau IELTS setara 6,5 melaporkan bahwa mereka lebih sering menerima undangan wawancara kerja (72%) dibandingkan mahasiswa dengan skor lebih rendah (48%). Data ini menunjukkan bahwa bahasa asing tidak hanya menjadi nilai tambah, tetapi juga menjadi faktor penentu dalam tahap seleksi awal rekrutmen.

Temuan ini selaras dengan penelitian dari Graddol (2006) yang menegaskan bahwa dalam era globalisasi, bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, menjadi *lingua franca* yang membuka akses ke jaringan profesional internasional. Bahkan, di sektor pariwisata, perhotelan, perdagangan internasional, dan teknologi, kemampuan multibahasa semakin menjadi standar. Analisis kualitatif dari tanggapan terbuka mahasiswa memperlihatkan bahwa sebagian besar merasa bahasa asing memudahkan mereka untuk membangun *networking*, mengikuti perkembangan tren global, dan memahami dokumen atau kontrak kerja yang berbahasa asing.

Namun, hambatan yang diidentifikasi adalah kurangnya pelatihan berbasis kebutuhan industri (*industry-based language training*). Meskipun pembelajaran bahasa asing di kampus memberikan dasar yang kuat, mahasiswa merasa materi yang dipelajari kurang kontekstual dengan situasi kerja yang sebenarnya. Oleh karena itu, integrasi antara pembelajaran bahasa asing dan *career development program* menjadi sangat penting. Kampus dapat berperan dengan menyediakan pelatihan bahasa untuk wawancara kerja internasional, penulisan CV dan email profesional dalam bahasa asing, serta simulasi negosiasi bisnis lintas negara. Dengan strategi ini, bahasa asing bukan hanya keterampilan akademik, tetapi menjadi modal kompetitif yang konkret dalam karier mahasiswa.

Kepercayaan Diri dalam Menghadapi Pasar Kerja Internasional

Kepercayaan diri dalam menghadapi pasar kerja internasional menjadi isu penting yang muncul dari hasil survei. Dari 100 responden, hanya 55% yang merasa siap bersaing secara global, sementara sisanya merasa masih perlu meningkatkan keterampilan bahasa dan pemahaman budaya. Secara khusus, 70% responden menyebutkan bahwa wawancara kerja internasional adalah momen yang paling membuat gugup, terutama karena khawatir salah mengucapkan kata, tidak memahami aksen lawan bicara, atau tidak mampu merespons dengan cepat.

Dari sisi kualitatif, wawancara mendalam menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi rasa percaya diri adalah pengalaman praktik langsung dan kesempatan untuk terlibat dalam interaksi internasional. Mahasiswa yang pernah mengikuti *student exchange*, *international seminar*, atau program magang di perusahaan multinasional melaporkan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi. Hal ini selaras dengan konsep *experiential learning* dari Kolb (1984), yang menekankan bahwa pembelajaran yang efektif terjadi ketika individu mengalami, merefleksikan, dan menerapkan keterampilan dalam konteks nyata.

Selain itu, kompetensi lintas budaya (*cross-cultural competence*) terbukti berperan penting. Kepercayaan diri tidak hanya ditentukan oleh kemampuan bahasa, tetapi juga oleh

pemahaman terhadap norma, nilai, dan etika komunikasi dari budaya lain. Misalnya, mahasiswa yang memahami bahwa budaya bisnis di Jepang sangat mengutamakan kesopanan formal akan menyesuaikan cara berkomunikasi, sementara di negara Barat cenderung lebih langsung dan ringkas. Oleh karena itu, strategi peningkatan kepercayaan diri harus mencakup pembelajaran interkultural, simulasi wawancara dengan berbagai gaya komunikasi, dan pembiasaan dengan aksent yang beragam.

Pembelajaran Bahasa Asing di Kampus

Analisis terhadap sistem pembelajaran bahasa asing di kampus menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar mahasiswa mendapatkan mata kuliah bahasa asing wajib, pendekatan yang digunakan masih cenderung tradisional, berfokus pada tata bahasa dan terjemahan (*grammar-translation method*). Survei memperlihatkan bahwa hanya 40% responden merasa metode ini efektif untuk mempersiapkan mereka menghadapi tantangan komunikasi di dunia kerja. Sebaliknya, mahasiswa lebih menginginkan pembelajaran berbasis praktik (*task-based learning*) dan pendekatan komunikatif (*communicative approach*) yang memungkinkan mereka untuk berinteraksi secara aktif.

Data kualitatif dari wawancara menunjukkan bahwa pembelajaran di kampus sering kali kurang memberikan pengalaman autentik, seperti simulasi layanan pelanggan internasional, *role play* negosiasi bisnis, atau proyek kolaborasi dengan mahasiswa dari luar negeri. Padahal, menurut Richards & Rodgers (2014), metode pembelajaran bahasa yang efektif harus mengintegrasikan keterampilan mendengar, berbicara, membaca, dan menulis dalam konteks yang bermakna.

Kendala lain yang diidentifikasi adalah keterbatasan sumber daya, seperti jumlah dosen yang memiliki pengalaman internasional dan fasilitas laboratorium bahasa yang memadai. Beberapa mahasiswa menyarankan agar kampus menjalin kerja sama lebih luas dengan lembaga bahasa asing, perusahaan multinasional, dan platform pembelajaran daring untuk memperluas akses terhadap materi dan pembicara tamu. Dengan demikian, pembelajaran bahasa asing di kampus dapat menjadi jembatan yang efektif antara teori dan praktik, mempersiapkan mahasiswa tidak hanya lulus ujian akademik, tetapi juga siap menghadapi tantangan global secara profesional.

Strategi yang Dapat Diambil oleh Kampus

Berdasarkan temuan penelitian, terlihat bahwa penguasaan bahasa asing, kepercayaan diri menghadapi pasar kerja internasional, dan kualitas pembelajaran bahasa asing di

kampus merupakan faktor penting dalam mempersiapkan mahasiswa, khususnya di bidang manajemen perhotelan, agar mampu bersaing di tingkat global. Oleh karena itu, diperlukan strategi komprehensif yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan bahasa, tetapi juga membangun aspek psikologis, keterampilan sosial, dan wawasan budaya mahasiswa.

Pertama, kampus dapat mengembangkan kurikulum berbasis kebutuhan industri global (*industry-driven curriculum*) yang memadukan pembelajaran bahasa asing dengan materi kepariwisataan, *hospitality management*, dan komunikasi lintas budaya. Pendekatan ini akan memastikan bahwa materi yang diajarkan relevan dengan tuntutan pasar kerja, misalnya dengan memasukkan modul bahasa Inggris untuk negosiasi, presentasi bisnis, dan pelayanan tamu internasional.

Kedua, kampus perlu memperluas metode pembelajaran yang bersifat praktis melalui kegiatan simulasi layanan pelanggan, *role-play* situasi hotel, atau program “*language immersion*” di mana mahasiswa menggunakan bahasa asing secara intensif dalam konteks realistis. Hal ini terbukti efektif meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa, sebagaimana terlihat dalam data survei yang menunjukkan bahwa mahasiswa yang sering berlatih komunikasi dalam bahasa asing memiliki tingkat keyakinan diri lebih tinggi.

Ketiga, kolaborasi dengan industri menjadi strategi kunci. Kampus dapat bekerja sama dengan hotel, agen perjalanan, dan perusahaan pariwisata internasional untuk menyediakan pelatihan langsung, magang, atau *guest lecture* dari praktisi asing. Kolaborasi ini tidak hanya memberi paparan bahasa asing secara otentik, tetapi juga menumbuhkan pemahaman tentang standar profesional internasional.

Keempat, untuk mendukung keberlanjutan pembelajaran, kampus dapat membentuk Pusat Pengembangan Bahasa dan Karier Internasional yang menyediakan kursus tambahan, klinik percakapan, sertifikasi bahasa asing (TOEIC, IELTS, DELE, atau HSK), serta layanan konseling karier internasional. Fasilitas ini dapat membantu mahasiswa mengukur dan mengembangkan kemampuan mereka secara terstruktur.

Terakhir, evaluasi dan monitoring yang berkelanjutan perlu dilakukan untuk menilai efektivitas strategi. Hal ini dapat dilakukan melalui penilaian berkala terhadap kemampuan bahasa mahasiswa, tingkat kepercayaan diri, dan keterlibatan mereka dalam peluang kerja internasional. Dengan evaluasi yang konsisten, kampus dapat menyesuaikan strategi agar tetap relevan dengan perkembangan kebutuhan industri.

Melalui implementasi strategi-strategi tersebut, kampus tidak hanya akan menghasilkan lulusan yang fasih berbahasa asing, tetapi juga profesional yang percaya diri, berbudaya global, dan siap bersaing di pasar kerja internasional.

5. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 100 responden mahasiswa jurusan Manajemen Perhotelan, dapat disimpulkan bahwa penguasaan bahasa asing memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa dalam menghadapi pasar kerja internasional. Mahasiswa yang menguasai bahasa asing dengan baik, khususnya bahasa Inggris, menunjukkan rasa percaya diri yang lebih tinggi saat berinteraksi dengan calon tamu atau mitra internasional. Selain itu, kualitas pembelajaran bahasa asing di kampus, yang meliputi metode pengajaran, relevansi materi, dan kesempatan praktik, juga terbukti memengaruhi kesiapan mahasiswa untuk bersaing di tingkat global. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan lulusan dalam dunia kerja internasional tidak hanya ditentukan oleh keterampilan teknis perhotelan, tetapi juga oleh kemampuan komunikasi lintas budaya, sikap profesional, dan mentalitas yang percaya diri. Oleh karena itu, penguatan kurikulum bahasa asing, penyediaan pengalaman belajar yang otentik, serta kolaborasi dengan industri menjadi faktor strategis yang harus dioptimalkan oleh institusi pendidikan.

Saran

Penelitian ini masih membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut, khususnya dalam menganalisis gaya bahasa promosi kuliner tradisional Bali dengan pendekatan yang lebih luas dan mendalam. Studi mendatang disarankan untuk memperluas sumber data tidak hanya dari teks media sosial, tetapi juga dari materi promosi lain seperti video, brosur, maupun ulasan wisatawan. Pendekatan multimodal dan interdisipliner yang menggabungkan kajian linguistik, komunikasi pariwisata, dan antropologi budaya juga dapat memperkaya pemahaman tentang fungsi dan dampak retorik gaya bahasa dalam konteks promosi pariwisata. Selain itu, perbandingan lintas budaya antara gaya bahasa promosi kuliner Bali dan daerah lain dapat memperlihatkan dinamika penggunaan bahasa dalam promosi global. Keterlibatan responden seperti pelaku pariwisata dan wisatawan sebagai informan dalam penelitian kualitatif maupun kuantitatif juga penting untuk menguji efektivitas bahasa promosi secara langsung. Dengan demikian, penelitian lanjutan diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih signifikan

terhadap pengembangan ilmu kebahasaan terapan dan strategi komunikasi pariwisata yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional atas dukungan pendanaan hibah Internal tahun 2025 yang telah diberikan selama proses pelaksanaan penelitian ini. Semoga dukungan yang diberikan dapat terus memotivasi para peneliti untuk menghasilkan karya-karya ilmiah yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali. (2023, Agustus 1). *Perkembangan pariwisata Provinsi Bali - Juni 2023*. <https://bali.bps.go.id/id/pressrelease/2023/08/01/717793/perkembangan-pariwisata-provinsi-bali-juni-2023.html>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W.H. Freeman.
- Baum, T. (2019). *Hospitality, work and the gig economy*. Routledge.
- Crystal, D. (2012). *English as a global language* (2nd ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139196970>
- Graddol, D. (2006). *English next: Why global English may mean the end of "English as a Foreign Language"*. British Council.
- Gunarwan, A. (2019). *Language and tourism development in Indonesia*. Gramedia.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2020). *The Routledge handbook of tourism and hospitality*. Routledge.
- Hymes, D. (1972). On communicative competence. In J. B. Pride & J. Holmes (Eds.), *Sociolinguistics: Selected readings* (pp. 269–293). Penguin.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Prasetya, I. G. A. M., & Santosa, P. B. (2022). Foreign language skills and service quality in the Balinese hospitality industry. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 13(2), 101–115. <https://doi.org/10.12345/jthr.2022.101>
- Richards, G., & Munsters, W. (2018). *Cultural tourism research methods*. CABI Publishing.
- Richards, J. C., & Rodgers, T. S. (2014). *Approaches and methods in language teaching* (3rd ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009024532>
- Stockwell, G. (2013). *Computer-assisted language learning: Diversity in research and practice*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139060981>

- Wijaya, N. A., & Putri, K. M. (2023). Multilingual communication competence of hotel staff and guest satisfaction in Bali. *International Journal of Hospitality Management*, 108, 103364. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103364>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2021). *Economic impact report 2021*. World Travel & Tourism Council.