

## **BENUA ETAM: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR

Website: <http://ta.pbi.umkt.ac.id/index.php/etam>

Volume 2 No 1 (Juni, 2024)

Academia Public Service Report

Kampus 1 UMKT Jl. Ir. H. Juanda No 15, Samarinda, Indonesia 75123

---

### **Pemanfaatan Bahasa Inggris dalam Memberdayakan Objek Wisata di Kelurahan Kasawari**

Ririn Tasumbey

Sekolah Tinggi Bisnis dan Manajemen (STBM) Dua Saudara

Corresponding Email: [ritasumbey@gmail.com](mailto:ritasumbey@gmail.com)

---

#### **Abstrak**

---

Bahasa Inggris adalah bahasa universal yang dipakai oleh hampir semua masyarakat di dunia. Di era digital ini, Bahasa Inggris memiliki peran yang sangat signifikan diberbagai bidang seperti bisnis, pendidikan, teknologi, dan sebagainya. Bahasa Inggris juga berdampak positif dalam berbagai bidang terutama di bidang Pariwisata. Dalam rangka pemberdayaan objek wisata maka perlu adanya sosialisasi mengenai pentingnya pemanfaatan Bahasa Inggris bagi masyarakat yang tinggal di area berpotensi peluang pariwisata yang cukup tinggi. Kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini difokuskan kepada masyarakat dan pelaku bisnis kecil maupun pelaku wisata di kelurahan Kasawari bertujuan membagikan informasi tentang penggunaan Bahasa Inggris yang sangat penting dipelajari oleh masyarakat sekitar. Lokasi ini dipilih karena kelurahan Kasawari merupakan daerah yang strategis di mana daerah ini merupakan salah satu pusat objek wisata yang ada di kota Bitung. Metode dalam kegiatan PKM ini yakni metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan melakukan sosialisasi berupa pemaparan materi tentang pentingnya Bahasa Inggris dan pemanfaatannya. Adapun tujuan dari PKM ini yakni dapat mengedukasi masyarakat tentang pentingnya Bahasa Inggris terutama bagi masyarakat di Kelurahan Kasawari yang memiliki objek wisata yang cukup terkenal di kota Bitung guna meningkatkan nilai ekonomi maupun kualitas sumber daya masyarakat.

---

Kata kunci : Bahasa Inggris, pariwisata, ekonomi.

---

#### **1. PENDAHULUAN**

Menurut Sugiama (2013), pariwisata adalah rangkaian aktivitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain

yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Perjalanan yang dilakukannya hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau untuk maksud lainnya. Hal ini berkaitan dengan situasi yang terjadi di Provinsi Sulawesi Utara khususnya di Kota Bitung. Di mana di tempat ini terdapat beberapa resort maupun hotel sebagai bentuk penyediaan layanan dalam hal kebutuhan atraksi wisata. Ada sekitar lebih dari 10 resort dan 4 hotel yang terbilang cukup nyaman untuk para wisatawan. Menurut data statistika kota Bitung, wisatawan yang datang ke kota Bitung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2022 wisatawan domestik sebanyak 206.343 orang dan 405.832 orang pada tahun 2023. Sedangkan wisatawan mancanegara tercatat sejumlah 1287 orang pada tahun <2022 dan meningkat menjadi 12.166 pada tahun 2023. Peningkatan jumlah wisatawan asing dari tahun 2022 ke tahun 2023 terbilang cukup signifikan (sumber; <https://bitungkota.bps.go.id/indicator/16/139/1/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik.html>). Hal ini tentunya dapat memberi kesempatan positif bagi masyarakat Kota Bitung termasuk warga Kelurahan Kasawari untuk menopang ekonomi pariwisata baik dalam hal berbisnis dalam bidang pariwisata maupun mendapatkan peluang bekerja disalah satu resort maupun hotel yang ada di Kota Bitung. Namun untuk dapat memanfaatkan peluang ini tentunya harus sejalan dengan peningkatan keahlian dan kompetensi sumber daya manusia yang memadai dalam mengelola pariwisata (Sumardi, 2002) yang di mana salah satunya adalah dengan pemanfaatan Bahasa Inggris sebagai salah satu skill yang dibutuhkan.

Bahasa Inggris bukan lagi hal yang baru bagi warga Indonesia terutama warga Kota Bitung lebih khususnya warga Kelurahan Kasawari. Kelurahan Kasawari sendiri

terletak di Kecamatan Aertembaga Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. Dilatarbelakangi dengan hadirnya turis domestik dan turis mancanegara di daerah ini, membuat masyarakat Kasawari tak asing lagi dengan bahasa Inggris. Meski demikian

Wisatawan	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik (Jiwa)		
	2021	2022	2023
M mancanegara	53	1 287	12 166
Domestik	41 182	206 343	405 832
Jumlah	41 235	207 630	417 998
Dinas Pariwisata Kota Bitung			

tak bisa dipungkiri Bahasa Inggris sendiri belum bisa dipakai dengan maksimal terutama keterkaitannya dalam pemanfaatan dibidang pariwisata karena keterbatasan sumber daya manusia. Bahasa Inggris merupakan bahasa ibu bagi 400 juta orang diseluruh dunia. Hal ini merupakan suatu acuan betapa pentingnya Bahasa Inggris dalam berbagai bidang. Menurut Farida Marica dkk dalam Jurnal Pengabdian dan Pembedayaan Masyarakat dengan judul : “Peran Bahasa Inggris dalam Upaya Membangun Nalar Sadar Wisata” Bahasa Inggris adalah bahasa internasional yang digunakan hampir di setiap sudut dunia untuk berkomunikasi antara orang-orang dari asal yang berbeda. Selain itu, bahasa Inggris memiliki hubungan yang signifikan dengan industri pariwisata. Pelaku atau pengelola pariwisata tidak hanya harus mampu berkomunikasi dalam bahasa Inggris saja, namun mereka juga akan berhadapan dengan pengunjung pariwisata, khususnya wisatawan asing, suka atau tidak suka. Selain itu menurut Yuyu Anggreini Katili dkk dalam Jurnal Pendidikan berjudul :”Analisis Kemanfaatan Budaya Berbahasa Inggris pada Sektor Pariwisata Berkelanjutan di Era Industri 4.0” Bahasa Inggris memiliki peranan penting dalam sektor pariwisata sebagai dasar bagi masyarakat sekitar destinasi wisata dan yang bekerja di industri pariwisata

agar mampu berkomunikasi dengan baik menggunakan Bahasa Inggris. Hal ini membuktikan bahwa Bahasa Inggris sangat penting dalam bidang pariwisata sehingga dengan memanfaatkan Bahasa Inggris dapat mengembangkan kemampuan diri dalam hal mampu berkomunikasi bahasa asing. Seperti yang diketahui bahwa Bahasa Inggris memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan dunia pariwisata yaitu Bahasa Inggris digunakan sebagai jembatan dalam berkomunikasi. Dapat disimpulkan bahwa kemampuan Bahasa Inggris sangat diperlukan terutama dalam memberdayakan objek wisata. Menurut penjelasan Damayanti (2023), peran bahasa Inggris meliputi beberapa hal, yaitu: 1) berfungsi sebagai bahasa komunikasi universal dalam sektor pariwisata, 2) memfasilitasi promosi wisata melalui platform media sosial, 3) menjadi faktor penentu dalam persaingan di industri pariwisata, dan 4) berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keempat elemen di atas sangat terkait satu sama lain. Agar seseorang dapat berinteraksi dalam bahasa Inggris adalah kunci utamanya. Selain itu, Peran bahasa Inggris dalam pariwisata, sebagaimana yang dijelaskan oleh Joseph Munghate (dalam Firli, 2022) , terdiri atas beberapa aspek peran, antara lain: 1) communicative/interactive role: Bahasa Inggris adalah satu-satunya bahasa alternatif yang digunakan oleh pengunjung internasional di suatu tempat wisata; 2) intergrative role: pada kondisi ini bahasa Inggris menjadi bahasa pemersatu antarsuku bangsa, ras dan kultur yang berbeda-beda; 3) relation fostering role: bahasa Inggris mempunyai peran sebagai perekat, memperkuat hubungan antarmanusia dari berbagai latar belakang; 4) economic role: bahasa Inggris menjadi kebutuhan ekonomi di mana pelaku usaha atau tenaga kerja yang bekerja di luar negeri mau tidak mau harus menggunakan bahasa Inggris, demikian halnya dengan bisnis termasuk bisnis pariwisata; 5) functional role: peran ini memainkan peran yang sangat vital dalam industri pariwisata, karena

memberikan bantuan yang sangat berarti bagi para wisatawan dalam mendapatkan informasi spesifik mengenai tempat-tempat wisata yang mereka kunjungi. Maka dikatakan bahwa Bahasa Inggris cukup penting dalam dunia pariwisata. Pada kenyataannya berdasarkan hasil observasi menyatakan bahwa ketidakefisien penggunaan Bahasa Inggris di Kelurahan Kasawari merupakan salah satu kendala masyarakat dalam dunia bisnis pariwisata. Untuk menanggapi hal ini diadakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Kasawari dengan tujuan agar masyarakat sekitar dapat termotivasi untuk memanfaatkan Bahasa Inggris dalam memberdayakan objek wisata di Kelurahan Kasawari.

## **2. METODOLOGI**

Dalam melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, penulis menjalankan alur kerja kegiatan yang diadaptasi dari Ir.Gatot Murdjito,MS seperti tertuang dalam makalah Beliau yang disampaikan pada Pelatihan Metodologi Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2012. Terdapat enam (6) tahapan seperti terelaborasi dalam sub-bag berikut:

### **2.1. Analisa Situasi Lapangan**

Di tahap ini, penulis menentukan sasaran pengabdian: Apa, siapa, dimana, bagaimana keadaan selama ini, keterjangkauan dalam aspek waktu dan jarak oleh dosen.

### **2.2. Identifikasi Masalah**

Penulis bekerja sama dengan dosen pelaksana lainnya yang bertugas menghubungi pihak kelurahan lewat surat tertulis untuk kemungkinan bisa melakukan program PKM. Selanjutnya, setelah disetujui, penulis melakukan persiapan untuk pelaksanaan kegiatan PKM. Setelah ditinjau dari lokasi Kelurahan Kasawari yang cukup strategis untuk peluang bisnis, maka penulis mengidentifikasi bahwasannya pemanfaatan Bahasa Inggris untuk pemasaran produk perlu disosialisasikan agar masyarakat setempat bisa mengetahui bahkan mengembangkan kemampuan berbahasa Inggris.

### **2.3. Menentukan Tujuan Kerja secara Spesifik**

Setelah teridentifikasi masalah dengan jelas penulis memutuskan bahwa tujuan dari PKM ini ialah untuk memberikan seminar sekaligus pelatihan singkat tentang pemanfaatan Bahasa Inggris dalam memberdayakan objek wisata di Kelurahan Kasawari.

### **2.4 Rencana Pemecahan Masalah**

Setelah melalui tahap penentuan tujuan, maka penulis melakukan beberapa tahapan kegiatan untuk memecahkan masalah:

- 1) Mencari alternative ‘strategi’ atau ‘teknik’ memberi materi dan pelatihan seperti

apa yang cocok untuk peserta di kelurahan Kasawari.

2) Memilih dari beberapa alternative tersebut, yang pada akhirnya dibuatlah seminar bahasa Inggris yang mudah dan menyenangkan. Dalam seminar ini, ada beberapa sesi yakni sesi pelatihan singkat tentang penggunaan Bahasa Inggris dan sesi penjabaran tentang pentingnya pemanfaatan bahasa Inggris dalam memberdayakan objek wisata di Kelurahan Kasawari.

### **2.3. Pelaksanaan Kegiatan**

Tentunya setelah persiapan yang cukup baik, kegiatan PKM inidiselenggarakan dengan jadwal kegiatan sebagai berikut

Hari dan tanggal : Sabtu, 20 April 2024

Jam pelaksanaan : 10.00 WITA - selesai

Tempat : Balai Kelurahan Kasawari

Selanjutnya dalam pelaporan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pada studi kualitatif lebih berfokus pada aspek pengamatan, dan wawancara. Hal ini dilakukan pada saat observasi lokasi dan pada saat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Pada penelitian ini data yang diperoleh dideskripsikan dan dijabarkan dalam bentuk kata dan kalimat berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang diperoleh di lapangan. Data dimplementasikan berupa kutipan data dalam memberi gambaran laporan (Triyono, Agus ; 2021).

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1. Keuntungan Bisa Berbahasa Inggris**

Memiliki kemampuan berbahasa Inggris akan berdampak pada individu yang menguasai *skill* ini. Saat ini, dunia kerja terutama yang bersifat global terdapat begitu banyak perusahaan yang membutuhkan karyawan yang mampu berkomunikasi dalam bahasa Inggris antara mitra dan klien di seluruh dunia. Dimana dalam dunia pariwisata sendiri, ketika seseorang hendak berkomunikasi dengan wisatawan asing yang

mempunyai bahasa yang berbeda maka penguasaan bahasa asing ini sangatlah perlu untuk dipelajari, agar dalam berkomunikasi bisa saling memahami maksud dan tujuan komunikasi (Katili, dkk:2021). Bahasa Inggris sebagai bahasa Asing tidak hanya dibutuhkan dikalangan internasional saja, namun di dalam negeri pun, bagi individu yang memiliki kemampuan bahasa Inggris bisa memberikan peluang untuk berkarir.

Di era globalisasi ini perkembangan teknologi merupakan bagian dari kehidupan manusia. Manusia dituntut untuk dapat beradaptasi dengan segala perubahan yang ada. Salah satu fenomena yang terjadi yakni manusia sudah tak asing lagi dengan adanya media sosial seperti facebook, instagram, dll. Dalam hal ini, konten yang biasa dikonsumsi oleh pengguna sosial media bisa ditemukan dalam berbagai jenis bahasa termasuk bahasa Inggris, baik dalam bentuk film, musik, ataupun video-video lainnya. Diketahui bahwa fasih dalam berbahasa Inggris bukan sekadar keterampilan – namun merupakan kunci untuk membuka dunia jaringan profesional. Hal ini dapat mempermudah dalam mengakses internet bahkan dapat mengoptimalkan dalam hal membangun relasi dengan orang yang berasal dari luar negeri. Dan bahkanpun memungkinkan untuk membangun bisnis *online* melalui akses internet atau melakukan promosi wisata online. Seperti contohnya *platform* Facebook, Instagram, Tik Tok, LinkedIn dll yang dapat dimanfaatkan untuk jaringan bisnis profesional.

### **3.2 Peranan Bahasa Inggris Di Bidang Pariwisata**

Bahasa Inggris memiliki peran yang cukup besar bagi masyarakat Kasawari terutama dalam bidang pariwisata. Diketahui bahwa di Kasawari terdapat beberapa resort dan objek wisata yang cukup populer di Kota Bitung. Sehingga masyarakat setempat memiliki peluang untuk meningkatkan taraf hidup dengan memberdayakan objek wisata yang ada di Kasawari. Bicara tentang pariwisata, berarti juga membahas tentang pelaku wisata. Di mana menurut Damanik dan Weber (2006), pihak-pihak yang dapat berperan sebagai pelaku pariwisata adalah wisatawan, industri pariwisata, pendukung jasa wisata, pemerintah, masyarakat lokal, dan lembaga swadaya masyarakat. Sedangkan menurut Sihite (dalam Marpaung, 2002) jenis wisatawan terbagi dalam dua kelompok, yakni Wisatawan Domestik yang merupakan para pengunjung yang melakukan perjalanan ke suatu tempat di luar tempat tinggalnya namun masih di dalam negara yang di tempatinya, dengan berbagai tujuan dengan waktu minimal 24 jam. Sedangkan Wisatawan Mancanegara yakni para pengunjung yang datang dari suatu negara di luar negaranya



sendiri dengan berbagai tujuan dengan waktu minimal 24 jam. Berdasarkan data statistik Kota Bitung terkait wisatawan mancanegara yang meningkat cukup signifikan sejak tahun 2022, maka dapat dikatakan bahwa Bahasa Inggris memiliki pengaruh dalam berbagai bidang terutama di bidang pariwisata di Kota Bitung.

Turis mancanegara yang datang ini pada umumnya menggunakan Bahasa Inggris karena Bahasa Inggris merupakan bahasa universal. Hal ini memberi kesempatan bagi masyarakat khususnya di Kelurahan Kasawari yang mampu berbicara Bahasa Inggris bisa memanfaatkan peluang di bidang Pariwisata, baik menjadi *tourguide* atau bahkan membuka bisnis seperti menjual paket wisata atau bahkan bisa membuka lapak di area objek wisata yang ada. Bukan hanya itu saja, ada banyak kegiatan lainnya yang dapat menghasilkan profit. Di mana masyarakat di Kelurahan Kasawari dapat dengan mudah melamar pekerjaan di resort-resort yang ada di daerah ini.

Seperti yang dijelaskan, dalam jurnal yang ditulis Luh Sri Damayanti; 2019 menjelaskan bahwa Joseph, Munghate, Arts, & College (n.d.) menyebutkan 6 peran penting Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata. Keenam peran tersebut adalah sebagai berikut.

#### a. Communicative/Interactive Role

Peran *communicative/interactive* ini adalah salah satu peran yang dianggap penting dalam hal bahasa Inggris dalam bidang pariwisata. Pelaku wisata menggunakan Bahasa Inggris sebagai media komunikasi untuk berkomunikasi antara pelaku wisata dengan wisatawan maupun antar wisatawan. Seperti yang diketahui bahwa wisatawan yang melakukan kunjungan wisata ke negara yang bukan negara asalnya, mereka tidak akan menggunakan bahasa dari negara mereka. Hal ini disebabkan karena akan menyulitkan wisatawan tersebut dalam berkomunikasi. Hal ini juga terjadi pada para pelaku wisata yang berjumpa dengan wisatawan asing. Para pelaku wisata tersebut tidak akan menggunakan bahasa lokal mereka karena tentu tidak akan dipahami oleh wisatawan asing yang ditemui. Contohnya sebagai orang Indonesia yang bekerja di bidang pariwisata, secara umum tentu kita tidak menggunakan Bahasa Indonesia ketika berjumpa dengan wisatawan dari Amerika. Tentunya yang dilakukan adalah dengan menggunakan sebuah bahasa yang keduanya mudah untuk dipahami. Maka pelaku wisata dan wisatawan perlu menggunakan sebuah bahasa yang kedua belah pihak ketahui.

Dalam hal ini, Bahasa Inggris sebagai bahasa universal akan digunakan sebagai bahasa yang dapat dipahami antara pelaku wisata, maupun wisatawan asing.

#### b. Integrative Role

Diketahui bahwa selain digunakan sebagai medium komunikasi, ternyata Bahasa Inggris juga merupakan bahasa pemersatu. Seperti yang dijelaskan di atas bahwa dalam bidang pariwisata biasanya melibatkan beragam latarbelakang baik dari ragam negara, suku, adat, budaya, ras maupun kepentingan. Maka dalam hal ini peran bahasa Inggris sebagai peran integratif dimana Bahasa Inggris berperan mengintegrasikan semua orang tanpa dibedakan oleh ragam latarbelakang yang berbeda-beda.

#### c. Lingua-Franca Role

Kedudukan peran bahasa Inggris yang dikenal sebagai medium komunikasi antar pihak ternyata memiliki kesamaan dengan peran Bahasa Inggris sebagai Lingua-Franca dalam dunia pariwisata. Biasanya seorang wisatawan yang berpergian ke beberapa negara tidak mempelajari semua bahasa dari negara-negara yang akan dikunjunginya tersebut. Namun yang digunakan adalah bahasa universal yaitu Bahasa Inggris. Bahasa Inggris adalah bahasa yang digunakan para pelaku wisata maupun wisatawan dalam berkomunikasi. Di mana bahasa ini menjadi bahasa pengantar bagi orang-orang dengan latarbelakang yang beragam.

#### d. Relation-Fostering Role

Bahasa Inggris turut membantu manusia untuk membentuk atau memperkuat hubungan antar manusia, khususnya hubungan yang bersifat global. Dalam dunia pariwisata, Bahasa Inggris memungkinkan wisatawan turut serta dalam kegiatan atau aktifitas masyarakat lokal. Ini dikarenakan para wisatawan dapat terlibat dalam dialog dan diskusi dengan masyarakat lainnya dengan menggunakan media Bahasa Inggris.

#### e. Economic/Business Role

Globalisasi memudahkan tenaga kerja dari berbagai negara untuk datang dan bekerja di suatu negara. Bahkan perdagangan lintas negara pun dapat dilakukan dengan mudah saat ini. Peran Bahasa Inggris sangat besar dalam hal bisnis dan ekonomi. Bahasa Inggris menjadi pengantar dalam bisnis, khususnya dalam bisnis pariwisata.

#### f. Fuctional Role

Peran terakhir Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata adalah *functional role*. Peran ini membantu wisatawan maupun masyarakat lokal dalam memperoleh informasi tertentu, meminta bantuan, dan fungsi-fungsi lain yang diperlukan dalam kegiatan berwisata.

Selain itu, menurut Prabhu & Wani (2016: 6) menambahkan bahwa keterampilan berbahasa Inggris diperlukan bagi pekerja pariwisata dalam 3 hal penting. Ketiga hal tersebut adalah promosi jabatan, penempatan, dan *personal branding*. Ketiga hal ini cukup berpengaruh dalam pengembangan karir. O'Brien (2009) dalam Yunita (2010 : 16) menyatakan bahwa *personal branding* merupakan identitas diri yang dapat mempengaruhi pandangan dan tanggapan orang lain terhadap kualitas diri orang tersebut. Montoya menambahkan bahwa untuk membentuk *personal branding* diperlukan keahlian, keterampilan, keunikan yang dikemas dalam suatu identitas (Yunita, 2010: 16). Dengan adanya kemampuan bahasa Inggris dapat meningkatkan kualitas *personal branding* seseorang sehingga promosi jabatan dan penempatan tempat kerja dapat berdampak positif.

### **3.3. Strategi Peningkatan Kemampuan Bahasa Inggris**

Adapun strategi-strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris masyarakat Kasawari terutama dalam bidang pariwisata adalah **pertama** memanfaatkan media sosial sebagai media untuk belajar Bahasa Inggris. Ada ribuan kosa kata bahasa Inggris yang terkait dengan pariwisata yang dengan mudah dapat diakses melalui media sosial baik dalam bentuk video, tulisan, atau musik bahkan bisa menggunakan aplikasi gratis. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris sangat efisien untuk dilakukan. **Kedua** yakni mengikuti pelatihan atau kursus Bahasa Inggris. Dengan mengikuti kursus atau pelatihan Bahasa Inggris akan lebih mempermudah masyarakat untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris karena ada tutor yang siap menjelaskan setiap materi yang belum dipahami. **Ketiga** adalah membentuk kelompok belajar dengan sesama teman sebaya. Di mana dalam kelompok belajar ini, masyarakat dapat berdiskusi dan saling menukar pikiran tentang pengetahuan Bahasa Inggris, lebih khusus yang berkaitan dengan

Pariwisata. **Keempat**, membentuk kelompok bahasa Inggris gratis, pengadaan kursus gratis ini dapat difokuskan pada beberapa titik sebagai langkah awal, misalnya di mulai dari Kelurahan Kasawari yang memang menjadi destinasi utama para turis mancanegara. Pelaksana kursus bisa dari berbagai kalangan boleh bekerjasama dengan dosen atau guru Bahasa Inggris, atau mahasiswa yang fasih berbahasa Inggris, yang bersedia untuk memberikan pelatihan Bahasa Inggris secara sukarela kepada masyarakat Kasawari.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penulisan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, bahasa Inggris memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat yang ada di Kasawari. Dengan potensi objek wisata yang cukup tinggi memberi peluang bagi setiap warga Kasawari untuk mendapatkan profit. Bahasa Inggris dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan turis mancanegara. Bukan hanya itu saja dengan kemampuan Bahasa Inggris ada banyak manfaat yang bisa diperoleh yakni ;

1. Promosi Jabatan, Penempatan, dan *Personal Branding* – Bagi warga masyarakat yang telah bekerja di salah satu resort yang terdapat di Kelurahan Kasawari, maka bisa mendapat kesempatan untuk mendapatkan promosi jabatan, penempatan, dan membentuk *personal branding* dengan kualitas yang lebih baik.
2. Peluang bisnis – Bagi warga masyarakat yang memanfaatkan Bahasa Inggris dengan baik tentu dapat mendapatkan profit dengan membuka bisnis baik di area objek wisata maupun di Kelurahan Kasawari sendiri. Dengan komunikasi yang baik tentu dapat mempermudah warga yang berbisnis menjual produk yang dimiliki.
3. Promosi bisnis dengan jangkauan lebih luas – Masyarakat bisa membuat paket tour dan dijual kepada turis mancanegara lewat promosi baik secara *offline* maupun *online*.

Dapat disimpulkan pula untuk membantu masyarakat agar dapat memanfaatkan penggunaan Bahasa Inggris dengan efisien dalam memberdayakan objek wisata di Kelurahan Kasawari, maka penting sekali dilakukan seminar Bahasa Inggris. Selain seminar, masyarakat juga bisa diberikan pelatihan dan sosialisasi tentang pemanfaatan media sosial untuk mengembangkan kemampuan Bahasa Inggris.

#### **REFERENSI:**

- Damayanti, Luh Sri. 2019. Peranan Keterampilan Berbahasa Inggris dalam Industri Pariwisata. *JOURNEY 2* (1)
- Joseph, T. C., Munghate, R. G., Arts, S. G. M., & College, S. (n.d.). *Role of English in Travel , Tourism and Hospitality Industry The Multi-faceted Role of English.*
- Katili, Y. A. H., Sahabi, A., Arsana, I. K. S., & Sulasmi, S. (2021). Analisis Kemanfaatan Budaya Berbahasa Inggris Pada Sektor Pariwisata Berkelanjutan di Era Industri 4.0. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(3), 373–380.  
<https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i3.6073>
- Maricar, Farida.,dkk.2024. Peran Bahasa Inggris dalam Upaya Membangun Nalar Sadar Wisata. *ADMA ; Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 4 (2).
- Prabhu, A., & Wani, P. (2016). A study of Importance of English Language Proficiency in Hospitality Industry and the Role of Hospitality Educators in Enhancing the Same Amongst The Students. *ATITHYA: A Journal of Hospitality*, 1(1).  
<https://doi.org/10.21863/atithya/2015.1.1.009>
- Soemanto, R. B. (2010). Pengertian Pariwisata, Sosiologi, dan Ruang Lingkup Sosiologi Pariwisata. In *Sosiologi Pariwisata* (pp. 1–32).
- Sumardi. (2002). Pengembangan Nalar Lewat Bahasa. Yayasan Obor Indonesia.
- Triyono, Agus. 2020. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Bintang Pustaka Madani ; Yogyakarta.
- Yunita, D. A. (2010). *Personal branding online.*