

PROFIL KETERAMPILAN KOMUNIKASI BAHASA INGGRIS PRAMUSAJI CAFE DI DESA WISATA, BALI

ENGLISH COMMUNICATION SKILLS PROFILE OF CAFE WAITRESSES IN TOURIST VILLAGES, BALI

Ni Wayan Pastini^{*1}, Darmayasa^{**}, Luh Nyoman Tri Lilasari^{*}, Anak Agung Gede Oka Geria^{*}

¹Corresponding author, Email: pastinistp26@gmail.com

* Politeknik Pariwisata Bali, Jl. Dharmawangsa, Badung Regency, Bali, 80361, Indonesia

** Politeknik Pariwisata Makassar, Jl. Gunung Rinjani, Makassar, 90224, Indonesia

Paper received: 28-01-2024; revised: 14-03-2024; accepted: 21-03-2024; published: 30-04-2024

How to cite (APA Style): Pastini, N. W., Darmayasa, D., Lilasari, L. N. T., & Geria, A. A. G. O. (2024). Profil keterampilan komunikasi Bahasa Inggris pramusaji cafe di desa wisata, Bali. *Jurnal Praksis dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 7(1), 94-103. DOI: 10.17977/um022v7i1p94-103

Abstract

The objective of this study was to present the profile of English communication skills among servers in Bali. The research employs the phenomenological method and involves 30 participants working as waiters in restaurants and cafes in the Tourism Village of Ubud and Celuk, Gianyar Regency, Bali. The data collection techniques used in this study are interviews and observations. Interview and observation guides are used to reveal the servers' English communication profiles. The data collected were analysed using data reduction, presentation, and conclusion-drawing techniques. The study findings suggest that servers' English communication skills encompass personal, regulatory, interactional, formative, imaginative, and instrumental functions in various situational contexts. The findings support existing theories, provide insight into research in similar contexts, and inform tourism and hospitality industry policymakers.

Keywords: communication skills; servers; tourism

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap profil kemampuan komunikasi bahasa inggris pramusaji di Bali. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Subyek dalam penelitian ini adalah pramusaji restoran dan cafe yang berada di Desa Wisata Ubud dan Celuk, Kabupaten Gianyar, Bali sebanyak 6 partisipan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Sementara instrumen yang digunakan untuk mengungkap profil komunikasi bahasa inggris pramusaji adalah panduan wawancara dan observasi. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa profil kemampuan komunikasi bahasa inggris pramusaji mencakup fungsi personal, regulator, interaksional, formatif, imajinatif, dan instrumental terlihat dalam berbagai konteks situasional. Temuan ini mempertegas teori yang ada sekaligus memberikan wawasan terhadap penelitian dalam konteks serupa serta para pemangku kebijakan di industri pariwisata dan perhotelan.

Kata kunci: keterampilan komunikasi; pramusaji; pariwisata

PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai industri bergerak secara dinamis dalam menghadapi tantangan global. Prioritas yang dikembangkan mengarah pada pengembangan investasi dan penciptaan lapangan

kerja (Lanioglo & Rissanen, 2020). Kesiapan Sumber Daya Manusia Pariwisata sangat dibutuhkan untuk mendukung program pariwisata berkelanjutan (Susanto et al., 2023; Koerniawati, 2022; Wijaya et al., 2019). Strategi yang dapat ditempuh oleh pengembang industri pariwisata melalui peningkatan kualitas layanan terutama pada divisi frontliner seperti pramusaji. Menurut Tanković et al. (2021) penyedia jasa pariwisata perlu memiliki keterampilan komunikasi dan soft skill yang baik untuk menawarkan layanan pariwisata yang lebih baik. Karena *frontliner* adalah orang yang pertama kali ditemui dan disapa oleh turis, tanggung jawab kelompok pemain industri ini memang lebih tinggi daripada yang lain (Hasan et al., 2022).

Keterampilan komunikasi telah diidentifikasi sebagai salah satu faktor penting dimiliki oleh pramusaji di cafe atau restoran. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa meskipun pengetahuan profesional sangat penting untuk efisiensi dalam bekerja, tetapi memiliki keterampilan teknis saja tidak cukup untuk memenuhi tantangan lingkungan bisnis saat ini (Lim et al., 2016; Plant & Slippers, 2015; Robles, 2012). Industri bisnis saat ini tidak lagi tertarik merekrut individu yang hanya memiliki keterampilan tertentu namun tidak memiliki keterampilan penting lainnya, khususnya *soft skill*. Menurut Robles (2012), setidaknya terdapat sepuluh *soft skill* yang diperlukan dalam industri bisnis saat ini, dimana keterampilan komunikasi berada diperingkat kedua setelah integritas. Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi yang efektif merupakan prasyarat bagi keberhasilan kinerja dalam industri bisnis manapun. Sumaiya et al. (2022) mengemukakan bahwa karena lingkungan bisnis saat ini sangat kompetitif, untuk bertahan diperlukan pemahaman yang memadai tentang prosedur dan kemampuan yang berhubungan dengan bidangnya.

Bisnis restoran atau cafe merupakan bagian integral dari industri pariwisata dan perhotelan. Keterampilan dalam berkomunikasi menjadi hal yang utama karena komunikasi dalam pariwisata lebih dari sekedar menyampaikan informasi tentang produk, tetapi dapat memiliki makna yang lebih mendalam terutama terkait dengan verbalisasi tertulis atau lisan, mendengarkan, dan isyarat non-verbal yang merupakan bagian dari pengalaman wisatawan. Hal ini selaras dengan Wesley et al. (2017) yang menegaskan bahwa *soft skill* terpenting dalam pariwisata adalah komunikasi, bahkan keterampilan komunikasi tersebut sangat mempengaruhi kepuasan kerja karyawan (Paksoy et al., 2017; Salim et al., 2012). Dengan demikian, seluruh karyawan atau pramusaji yang bergerak di bidang industri pariwisata harus mampu menjaga komunikasi yang efektif dan efisien, baik dengan atasan dan rekan kerja, atau dengan klien dan pelanggan, setiap profesi membutuhkan hubungan antar manusia (Sumaiya et al., 2022).

Bahasa Inggris merupakan aspek penting dalam sektor pariwisata dalam memberikan layanan terbaik kepada pengunjung asing yang tidak tahu bahasa lokal. Sehingga, keterampilan komunikasi dengan bahasa Inggris bagi pekerja di industri pariwisata dan perhotelan seperti cafe atau restoran sangat dibutuhkan untuk meningkatkan interkoneksi global. Berkomunikasi dengan bahasa Inggris secara efektif dapat memberikan pelayanan yang lebih efisien dan menyenangkan bagi wisatawan (Shendy, 2019). Sebaliknya, kemampuan komunikasi berbahasa Inggris yang buruk cenderung memberikan layanan yang tidak efisien karena gangguan komunikasi. Akibatnya, kebutuhan akan pramusaji yang terampil berbahasa Inggris yang baik tidak dapat disangkal dalam industri pariwisata (Al-saadi, 2015). Oleh karena itu, memiliki pengetahuan bahasa Inggris yang baik yang khusus digunakan dalam konteks bisnis pariwisata sangatlah penting.

Bahasa Inggris yang sopan seharusnya menggunakan gramatikal yang benar. Sebagaimana teori Lennon (1991) ditemukan dari berbagai macam kesalahan-kesalahan gramatikal ada empat klasifikasi antara lain: (1) klasifikasi penambahan, (2) klasifikasi penghilangan, (3) klasifikasi pengganti, dan (4) klasifikasi pengurutan. Sementara menurut Alexander dan Halliday (2014) komunikasi dikelompokkan berdasarkan atas fungsi bahasa (*language functions*) yang mencakup 7 (tujuh) fungsi bahasa yaitu: (1) fungsi personal (pendapat, pikiran, sikap dan perasaan), (2) fungsi feglator (bujukan, rayuan, permohonan dan perintah), (3)

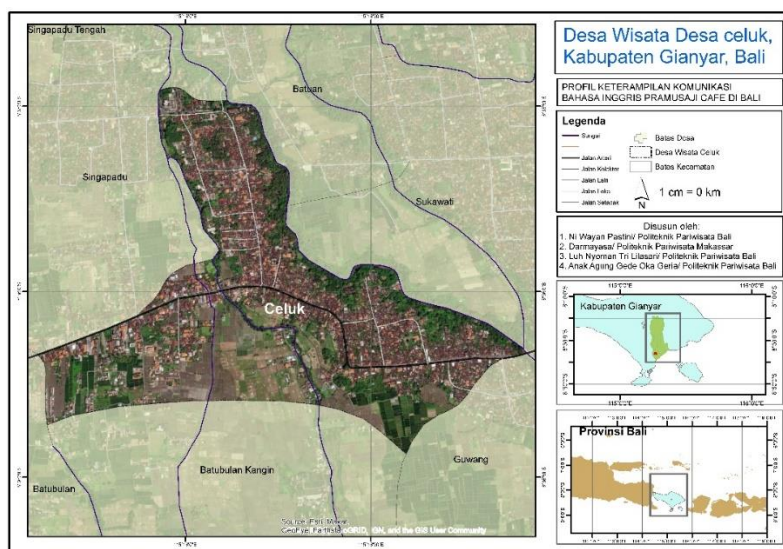
fungsi interaksional (sapaan, basa basi, penghibur dan simpati), (4) fungsi formatif (penggunaan bahasa dalam memberikan informasi). (5) fungsi heuristic (penggunaan bahasa untuk memperoleh informasi), (6) fungsi imajinatif (menyalurkan rasa estetik), dan (7) fungsi instrumental (mengungkapkan keinginan).

Sejumlah penelitian telah membahas pentingnya komunikasi dalam dunia industri pariwisata. Namun, penelitian sebelumnya sebagian besar berfokus pada aspek umum komunikasi antarpribadi daripada jenis keterampilan komunikasi tertentu (Baird & Parayitam, 2019; Tankovic et al., 2023; Wesley et al., 2017). Beberapa penelitian sebelumnya dilakukan di lembaga pendidikan seperti universitas atau sekolah pariwisata untuk mengevaluasi kualitas peserta didik tentang pemahaman materi komunikasi (Kardijan & Yundayani, 2019; Paragae, 2022; Takada et al., 2022). Sementara riset Wulandari dan Rahmawati (2020) yang menganalisis fungsi dan ekspresi kemampuan bahasa Inggris yang dibutuhkan sebagai seorang pelayan seperti Asst. F&B Service Manager, Restaurant Manager, Supervisor, dan Restaurant Staff berfokus di Hotel. Sedangkan penelitian yang meneliti keterampilan komunikasi spesifik, khususnya yang berkaitan dengan bisnis restoran atau café yang beroperasi di desa wisata hanya sebagian kecil. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut dengan penekanan pada berbagai bentuk keterampilan komunikasi bahasa Inggris verbal dan non-verbal.

Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut dan mendalam yang dapat mengungkap profil keterampilan komunikasi bahasa Inggris pramusaji di Bali. Penelitian ini sangat relevan untuk dikaji mengingat Bali menduduki peringkat utama sebagai destinasi pariwisata internasional di Indonesia. Kedudukan tersebut sebanding dengan banyaknya bisnis cafe dan restoran salah satunya di Kecamatan Ubud dan Celuk.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis fenomenologi (Lexy, 2019). Fenomenologi adalah metode penelitian untuk mengeksplorasi pengalaman seseorang (Praveena & Sasikumar, 2021). Prespektif fenomenologi pada penelitian ini berfungsi untuk mengungkap profil keterampilan komunikasi bahasa Inggris pramusaji di Bali. Subyek dalam penelitian ini adalah pramusaji restoran dan cafe yang berada di Desa Wisata Ubud dan Celuk, Kabupaten Gianyar, Bali sebanyak 6 partisipan. Pengambilan data dilakukan pada bulan September-Desember 2023. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada partisipan menggunakan instrumen tentang keterampilan bahasa Inggris pramusaji, sementara untuk observasi melalui pengamatan aktivitas partisipan selama penelitian berlangsung. Panduan wawancara dan observasi menggunakan instrumen yang didesain untuk mengungkap profil komunikasi bahasa Inggris pramusaji. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data, peneliti mengidentifikasi pola-pola umum, atau tema-tema, yang muncul selama penelitian yang berkaitan dengan profil komunikasi bahasa Inggris pramusaji. Penyajian data, dilakukan menggunakan tabel dan matriks serta deskripsi naratif, kutipan langsung dari data untuk memudahkan pemahaman tentang temuan di lapangan. Penarikan kesimpulan, melibatkan analisis mendalam terhadap temuan yang telah disajikan menggunakan tabel dan matriks serta deskripsi naratif, kutipan langsung dari data. Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti mempertimbangkan konteks, teori-teori terkait, dan temuan dari penelitian sebelumnya untuk menafsirkan hasil analisis tentang profil komunikasi bahasa Inggris pramusaji di Desa Wisata Celuk, Bali. Dengan demikian, pendekatan fenomenologi digunakan untuk mengorganisir dan menganalisis data tentang profil komunikasi bahasa Inggris pramusaji di Desa Wisata Celuk dengan mengidentifikasi pernyataan-pernyataan penting dari transkrip yang telah dirumuskan maknanya. Dari makna yang dirumuskan ini, kelompok tema dan tema diturunkan yang pada akhirnya membantu dalam pengembangan peta tematik profil komunikasi bahasa Inggris pramusaji. Lokasi penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fungsi Personal

Berdasarkan data yang terkumpul dari wawancara maupun observasi, fungsi personal yang mencakup ekspresi pendapat, pikiran, sikap, dan perasaan individu dapat diidentifikasi sebagai aspek yang muncul dalam interaksi pramusaji dengan para tamu. Hal ini tercermin dalam ekspresi bahasa yang digunakan oleh pramusaji untuk menyampaikan pandangan pribadi, pemikiran, sikap, dan perasaan mereka kepada tamu. Data ini mencakup ungkapan langsung dari pramusaji yang mencerminkan dimensi personalitas dan subjektivitas dalam interaksi komunikatif dengan pelanggan.

Dalam rangka menyajikan pengalaman kuliner yang istimewa, para pramusaji dengan antusias dan penuh semangat memperkenalkan beragam hidangan istimewa kepada para tamu. Salah satu rekomendasi adalah *pancake* spesial sebagai hidangan penutup yang istimewa. Pramusaji dengan sopan menyajikan opsi tersebut kepada tamu, mengajukan pertanyaan apakah tamu ingin mencicipi hidangan penutup yang spesial, seperti: 1) *Excuse me, sir. Would you like a pancake for your dessert? It is our special one,* 2) *We have a nice dessert, would you try some?* 3) *Excuse me, sir. Would you like to try dessert tiramisu? It is very nice,* 4) *Hi sir/madam, do you want to have dessert?* 5) *We have a famous dish with a chocolate chip cookie on top, and there is ice cream; maybe you want to see it?* dan 6) *Excuse me, this is our menu dessert; choco lava is the best one here.*

Selain itu, pramusaji juga menawarkan berbagai hidangan lainnya, seperti salad khas Bali yang dijelaskan sebagai istimewa dan lezat. Pramusaji dengan bangga menyampaikan informasi mengenai bahan-bahan lokal yang digunakan dalam hidangan tersebut, menekankan kualitas dan keunikan hidangan. Semangat untuk memperkenalkan hidangan-hidangan khas tersebut tercermin dalam ungkapan pramusaji yang menawarkan untuk mencicipi hidangan, memberikan kesan bahwa setiap hidangan adalah pilihan yang istimewa dan bernilai untuk dicoba. Ekspresi tersebut tercermin dalam kutipan sebagai berikut: 1) *Hi would you like to try our best salad? Because special for today we made for local leave,* 2) *Excusme sir/madam we have special salad for today chicken avokado Bali salad with lemon grass dressing,* dan 3) *Our special today is Harvest salad its Made form local garden.*

Dalam keseluruhan interaksi, pramusaji dengan penuh semangat menyampaikan bahwa setiap hidangan yang dihadirkan kepada tamu bukan hanya sekadar menu biasa, melainkan

sebuah pengalaman kuliner istimewa yang mencerminkan kekayaan rasa dan tradisi kuliner Bali. Jokom et al. (2023) mengemukakan bahwa pengalaman kuliner yang positif dari wisatawan di Indonesia secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengalaman destinasi secara keseluruhan, yang berujung pada niat perilaku yang positif. Dalam merangsang penciptaan pengalaman yang berkualitas kepada wisatawan sebagai pengunjung di restoran diperlukan proses yang kreatif kepada para pramusaji. Vargas-Sanchez dan López-Guzmán (2022) menyebutkan penggunaan proses kreatif melalui layanan yang sistematis dan formal (bukan spontan dan informal), serta kepribadian yang santun. Dengan menyajikan berbagai hidangan khas dan memberikan informasi ekstra mengenai bahan lokal, pramusaji berupaya memberikan pengalaman yang tak terlupakan kepada para tamu yang datang untuk menikmati sajian di restoran mereka. Sehingga, dapat disimpulkan aspek kualitas layanan restoran oleh pramusaji merupakan penentu utama dari kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya bahwa kualitas pelayanan restoran dengan pelanggan meningkatkan pengalaman positif pelanggan melalui proses interaksi yang dilakukan oleh pramusaji (Alhelalat et al., 2017; Ariffin & Maghzi, 2012).

Di samping itu, karakteristik interpersonal pramusaji dalam konteks kualitas layanan juga berkontribusi sangat penting bagi kepuasan pelanggan. Implikasi utama dari karakteristik interpersonal pramusaji dalam konteks layanan adalah pertemuan antara layanan pramusaji dengan pelanggan sebagaimana Alhelalat et al. (2017) antara lain bergantung pada komunikasi, orientasi pelanggan, penyesuaian layanan, kemampuan beradaptasi pramusaji, dan perasaan pramusaji.

Fungsi Regulator

Dalam data interaksi antara pramusaji dan pelanggan, tergambar dengan jelas penerapan fungsi regulator yang melibatkan bujukan, rayuan, permohonan, dan perintah untuk mengarahkan perilaku para tamu. Misalnya, pramusaji secara aktif membujuk dan merayu pelanggan untuk mencoba hidangan istimewa dengan pertanyaan seperti: *"Would you like to try our special menu today?"* dan *"Our gado-gado is very delicious"* mencerminkan strategi pramusaji dalam memberikan perintah tak langsung dengan mengarahkan perhatian pelanggan pada hidangan tertentu yang dijelaskan sebagai sangat lezat.

Selain itu, dalam situasi yang melibatkan keterbatasan seperti kehabisan hidangan atau meja penuh, pramusaji menggunakan permohonan dan perintah untuk mengelola harapan pelanggan. Contoh seperti *"Sorry, sir/madam, for now, the apple pie is out, but we still have another dish, would you like to take a look maybe?"* menunjukkan upaya pramusaji dalam meminta maaf dan mengajukan alternatif. Sementara pernyataan seperti *"Could you wait around 30 minutes for the table?"* dan *"Hi sir/madam, would you please wait another half hour"* mengekspresikan permohonan dan perintah agar pelanggan bersedia menunggu sejenak.

Lebih lanjut, pramusaji juga menggunakan pernyataan yang bersifat memimpin dan memberikan petunjuk, seperti *"This way, madam"* dan *"Excuse me, madam/miss, I will escort you to your table, follow me please"*. Pernyataan ini menggambarkan upaya pramusaji dalam memandu dan mengarahkan pelanggan ke tempat yang diinginkan.

Dengan demikian, dari berbagai interaksi ini, dapat disimpulkan bahwa fungsi regulator secara aktif digunakan oleh pramusaji untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang terkoordinasi, nyaman, dan efisien di dalam restoran. Hasil ini mengkonfirmasi temuan oleh Jacob dan Guéguen (2014) yang menemukan bahwa bujukan, arahan, dan perintah yang diberikan oleh pramusaji meningkatkan jumlah pelanggan yang mengikuti saran hidangan atau perintah tertentu. Temuan ini juga memperkuat studi oleh Jacob dan Guéguen (2014) dan Safitri et al. (2023) bahwa perilaku positif yang ditampilkan oleh pramusaji terhadap pelanggannya mempengaruhi persepsi positif dan kepatuhan pelanggan terhadap saran pramusaji sebagaimana yang tersaji dalam paparan data di atas. Dengan demikian, fungsi regulator pramusaji dilakukan melalui yang melibatkan bujukan, rayuan, permohonan, dan perintah untuk

mengarahkan perilaku para tamu dilakukan untuk mengendalikan praktik bisnis yang berpotensi merugikan konsumen atau untuk memastikan ketersediaan layanan dasar kepada pengunjung.

Fungsi International

Fungsi interaktif identik dengan upaya menciptakan dan memelihara interaksi yang harmonis dan komunikatif untuk membangun hubungan sosial. Salah satu fungsi mikro dari fungsi interaktif adalah fungsi sapaan yang umumnya digunakan untuk memulai percakapan. Kegiatan semacam ini tidak berisi pertukaran informasi penting, melainkan hanya sekedar basa-basi seperti: 1) *Good morning Mr. Ray, how are you today?* 2) *Thank you for everything, sir/madam. Have a nice day, see you soon,* 3) *Thank you for coming to our restaurant, sir/madam. I hope you come back again,* 4) *Welcome back to our restaurant,* dan 5) *Long time no see, Sir.*

Namun fungsi sapaan tidak hanya bertujuan untuk menjaga interaksi saja, melainkan juga dapat digunakan untuk memancing pelanggan untuk mengungkapkan tujuannya, misalnya: untuk melakukan reservasi, mengubah atau membatalkan atau sekedar menanyakan informasi mengenai restoran tersebut. Dalam upaya memperkuat daya saing bisnis restoran, kemampuan interaksional pramusaji untuk pengalaman pelanggan menjadi semakin penting karena melibatkan pelanggan secara kognitif dari produk yang ditawarkan, secara emosional, dan secara perilaku.

Dalam setiap kalimat, terlihat ada ungkapan terima kasih, sapaan, dan basa-basi yang mencerminkan fungsi interaksional untuk membangun hubungan sosial. Dalam hal ini, interaksi sosial terjadi ketika pelanggan berinteraksi dalam lingkungan pelayanan fisik, seperti komunikasi verbal dan nonverbal. Beberapa kalimat dalam penelitian ini juga mencakup unsur penghibur dan simpati, seperti ungkapan harapan untuk bertemu lagi atau harapan agar tamu merasa baik. Fungsi dari intraksional ini sejalan penelitian sebelumnya bahwa sapaan dan basa-basi yang diungkapkan oleh pramusaji sangat penting dalam layanan secara umum dan diidentifikasi sebagai pendorong utama pengalaman pelanggan restoran (Andriani et al., 2020). Sementara itu, Ahmad dan Zhang (2020) mengungkapkan bahwa pelayanan berbasis komitmen sosial dan tanggung jawab sosial memberi kesan yang puas kepada wisatawan. Saat ini perusahaan menyadari pentingnya menginformasikan tanggung jawab sosial perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari pemangku kepentingan karena adanya transparansi (Wiralestari, 2020).

Fungsi Format

Fungsi formatif dalam penggunaan bahasa bertujuan untuk membentuk atau membimbing pemahaman pembaca atau pendengar terhadap informasi dengan jelas dan tepat. Dalam konteks ini, kejelasan dan ketepatan menjadi kunci utama. Penggunaan kata-kata yang spesifik dan kalimat yang terstruktur dengan baik dapat memastikan bahwa pesan disampaikan dengan jelas. Selain itu, pemilihan kata dan frasa yang tepat dapat menghindari ambiguitas dan meningkatkan pemahaman. Penggunaan kalimat yang bersifat informatif, padat, dan tidak ambigu membantu membimbing pemahaman audiens, sehingga mereka dapat menerima dan memproses informasi dengan efektif. Oleh karena itu, fungsi formatif dalam penggunaan bahasa adalah suatu cara untuk membentuk pemahaman secara jelas dan tepat, menciptakan komunikasi yang efisien dan efektif. Beberapa contoh ekspresi-ekspresi tersebut antara lain: 1) *I want to repeat your order,* 2) *Can i reapeat your order?* 3) *I am sory sir/ms ,pleasw waiting here 30 munitte we have already table for you,* 4) *Would you like to wait another half hour for an empty table sir?* 5) *Can you wait please, we will have free table in 30 minute.*

Dari data yang terkumpul terlihat bahwa beberapa kalimat mengandung kesalahan tata bahasa dan pilihan kata yang dapat diperbaiki agar lebih jelas dan tepat dalam menyampaikan informasi. Berikut analisis untuk masing-masing kalimat: 1) *"I want to repeat your order"*, fungsi

formatif: jelas dan tepat, namun dapat lebih sopan dengan menggunakan *"May I"* di awal kalimat. Revisi: *"May I repeat your order?"*, 2) *"Can I repeat your order?"*, fungsi formatif: jelas dan tepat. Menggunakan *"Can I"* membuat kalimat lebih sopan, dan 3) *"I am sorry, sir/ms. Please wait here for 30 minutes; we have a table ready for you"*. Fungsi formatif: kalimat perlu dipisah untuk kejelasan. Revisi: *"I am sorry, sir/ms. Please wait here for 30 minutes; we have a table ready for you"*.

Dengan melakukan perbaikan tata bahasa, kalimat-kalimat ini menjadi lebih jelas dan tepat dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan. Fungsi formatif dalam penggunaan bahasa dapat ditingkatkan dengan memperhatikan aspek tata bahasa dan kesopanan. (Andriyani, 2020) mengemukakan bahwa fenomena ini terjadi karena pelaku wisata mempelajari kemampuan bahasa asing secara otodidak. Pada situasi ini diperlukan memperkenalkan pengajaran tata bahasa seperti kohesi dan koherensi teks, prinsip-prinsip interaksi manusia, tindak tutur, dan nilai kesopanan dalam berkomunikasi (Tang, 2017). Menurut Keet dan Khumalo (2017) fungsi formatif tata bahasa dalam dunia kerja mencakup kesesuaian subjek dan objek, kemampuan menyanggah dengan sopan, suasana hati yang riang, kemampuan menjelaskan sebab akibat yang logis, penggunaan kata yang kontekstual, data berisi fakta dan ilmiah, unsur kesopanan, kemampuan bertanya, dan kemampuan menggunakan kalimat alternatif. Dengan demikian fungsi Formatif aspek penggunaan tata bahasa digunakan untuk menyampaikan informasi yang spesifik kepada pelanggan.

Fungsi Imajinatif

Fungsi Imajinatif menyalurkan rasa estetik melalui Bahasa. Fungsi imajinatif dalam konteks bahasa, seperti yang dijelaskan oleh Alexander dan Halliday (2014), mengacu pada kemampuan bahasa untuk menyalurkan rasa estetik atau keindahan melalui ekspresi linguistik. Dalam interaksi komunikatif, fungsi ini memungkinkan penutur atau pramusaji untuk menghadirkan citra dan pengalaman visual melalui kata-kata, menciptakan suasana atau gambaran yang estetik bagi pendengar atau pembaca. Pada contoh interaksi pramusaji di restoran, fungsi imajinatif dapat tercermin dalam cara pramusaji mendeskripsikan hidangan atau atmosfer restoran dengan kata-kata yang membangkitkan rasa estetik. Misalnya, pramusaji dapat menggunakan ungkapan atau gambaran yang kreatif untuk menjelaskan cita rasa, presentasi visual, atau aspek-aspek lain dari hidangan yang memberikan pengalaman estetik kepada pelanggan.

Dengan menggunakan Fungsi imajinatif, pramusaji dapat menciptakan gambaran yang lebih hidup dan menarik, meningkatkan daya tarik visual dan emosional dari penjelasan mereka. Ini tidak hanya membantu pelanggan untuk membayangkan hidangan atau suasana restoran secara lebih mendalam, tetapi juga menambah dimensi estetik pada pengalaman kuliner mereka. Dengan demikian, fungsi imajinatif memainkan peran penting dalam menghadirkan keindahan, kreativitas, dan estetika melalui bahasa dalam konteks komunikasi di dunia kuliner (Alhelalat et al., 2017). Namun dari data yang terkumpul tidak ada ditemukan ekspresi-ekspresi tersebut.

Fungsi Instrumental

Fungsi instrumental dalam konteks bahasa, seperti yang dikemukakan oleh Alexander dan Halliday (2014), merujuk pada kemampuan bahasa untuk mengekspresikan keinginan individu atau mencapai tujuan tertentu melalui penggunaan kata-kata. Dalam interaksi komunikatif, fungsi ini memungkinkan penutur atau pengguna bahasa untuk menyampaikan keinginan, permintaan, atau petunjuk secara efektif untuk memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks restoran atau layanan makanan, fungsi instrumental dapat tercermin dalam cara pramusaji mengungkapkan keinginan atau preferensi pelanggan, serta dalam memfasilitasi proses pemesanan atau permintaan khusus. Misalnya, pramusaji dapat menggunakan bahasa untuk menjelaskan pilihan menu, menanyakan preferensi makanan atau minuman, atau menggambarkan cara tertentu untuk menyajikan hidangan sesuai dengan keinginan pelanggan.

Beberapa contoh kalimat tersebut antara lain: 1) *I'm sorry today our table still full*, 2) *we are full at the moment, I will put you in waiting list, when the table ready I will call you*, dan 3) *sorry sir/madam while we are full house, maybe you want to wait list*.

Dari data yang di atas, terdapat beberapa kalimat yang mencerminkan penggunaan fungsi instrumental dengan mengekspresikan keinginan individu terkait pemesanan meja atau tempat duduk. Berikut adalah analisisnya: 1) *"I'm sorry, our table is still full today"*. Fungsi instrumental: mengekspresikan keinginan untuk memberikan informasi bahwa meja masih penuh. Kalimat ini secara jelas menyampaikan bahwa meja masih penuh dan memberikan informasi kepada pelanggan. 2) *"We are full now; I will put you on the waiting list. When the table is ready, I will call you"*. Fungsi instrumental: mengekspresikan keinginan untuk menempatkan pelanggan dalam daftar tunggu dan memberitahu mereka ketika meja tersedia. Kalimat ini efektif mengkomunikasikan tindakan yang akan diambil (menempatkan di daftar tunggu) dan memberikan harapan tentang tindakan selanjutnya (menelepon saat meja tersedia). 3) *"Sorry sir/madam, while we are full house, maybe you want to waitlist"*. Fungsi instrumental: mengekspresikan keinginan untuk menawarkan pelanggan opsi untuk menunggu dengan menempatkan mereka dalam daftar tunggu. Meskipun terdapat beberapa kesalahan penulisan, kalimat ini mencoba memberikan alternatif kepada pelanggan dengan menawarkan opsi untuk masuk dalam daftar tunggu.

Dalam keseluruhan, kalimat-kalimat ini menunjukkan penggunaan fungsi instrumental yang efektif dalam menyampaikan keinginan individu terkait dengan ketersediaan tempat duduk atau meja di restoran. Penggunaan fungsi instrumental memainkan peran kunci dalam menjembatani kesenjangan komunikatif antara pelanggan dan pramusaji (Bouranta et al., 2009). Hal ini mencakup pengekspresian keinginan dan kebutuhan dengan jelas, memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui bahasa benar-benar mencapai hasil yang diinginkan. Dengan demikian, fungsi instrumental menjadi instrumen penting dalam mencapai komunikasi yang efektif dan efisien di dunia layanan pelanggan, khususnya di sektor kuliner.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa profil keterampilan bahasa Inggris pramusaji mencakup: (1) fungsi personal yang diaktualisasikan oleh ekspresi pramusaji dalam memperkenalkan hidangan-hidangan khas, menawarkan untuk mencicipi hidangan, memberikan kesan bahwa setiap hidangan adalah pilihan yang istimewa dan bernilai untuk dicoba dengan semangat. Di samping itu, karakteristik interpersonal yang teridentifikasi antara lain: komunikasi, orientasi pelanggan, penyesuaian layanan, kemampuan beradaptasi pramusaji, dan perasaan pramusaji juga berkontribusi sangat penting bagi kepuasan pelanggan; (2) fungsi regulator yang tercermin dari strategi pramusaji dalam memberikan perintah tak langsung dengan mengarahkan perhatian pelanggan pada hidangan tertentu yang dijelaskan sebagai sangat lezat dan mengarahkan pelanggan pada kondisi tempat tertentu; (3) fungsi interaksional yang diaktualisasikan dalam bentuk sapaan atau basa-basi kepada pelanggan untuk menciptakan hubungan sosial; (4) fungsi formatif terwujud dalam kemampuan penggunaan kalimat yang bersifat informatif, padat, dan tidak ambigu membantu membimbing pemahaman audiens, sehingga mereka dapat menerima dan memproses informasi dengan efektif; (5) fungsi imajinatif ditandai dengan kemampuan untuk mendeskripsikan atmosfer restoran dengan kata-kata yang membangkitkan rasa estetik; (6) fungsi instrumental yang tercermin dalam cara pramusaji mengungkapkan keinginan atau preferensi pelanggan, serta dalam memfasilitasi proses pemesanan atau permintaan khusus. Meskipun demikian, keterampilan berbahasa Inggris pramusaji dalam penelitian ini tidak dapat mengungkap beberapa variabel secara spesifik, misalnya pada fungsi imajinatif, partisipan yang diteliti tidak menunjukkan kemampuan dalam menggambarkan cita rasa dari produk makanan yang ditawarkan. Sementara pada fungsi formatif, secara tulisan partisipan masih banyak menemukan

kesalahan penulisan bahasa Inggris yang benar. Oleh karena itu, kedepannya masih diperlukan penelitian lebih komprehensif dan mendalam terkait profil kemampuan komunikasi bahasa Inggris pramusaji tidak hanya pada konteks Bali, tapi juga daerah lain. Di sisi lain, para pemangku kepentingan seperti pemilik usaha restoran maupun Kementerian Pariwisata diharapkan dapat memberikan pelatihan dan penjarangan sumber daya manusia dengan standar kemampuan komunikasi bahasa Inggris bagi lulusan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Pimpinan Politeknik Pariwisata Bali dan Politeknik Pariwisata Makassar atas dukungan sehingga penelitian ini dapat dilakukan. Terima kasih penulis haturkan kepada Pengelola restoran dan cafe yang berada di Desa Wisata Ubud dan Celuk, Kabupaten Gianyar, Bali atas kesediaan menerima dan memberi kesempatan kepada kami untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, W., & Zhang, Q. (2020). Green purchase intention: Effects of electronic service quality and customer green psychology. *Journal of cleaner production*, 267, 122053. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122053>
- Alhelalat, J. A., Ma'moun, A. H., & Twaissi, N. M. (2017). The impact of personal and functional aspects of restaurant employee service behaviour on customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 66, 46-53.
- Andriani, D., Veronika, R., & Achmadi, N. S. (2020). The implementation of waiters and waitresses' upselling techniques at ticket's cafe of Horison Ultima Makassar Hotel. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(1), 59-65.
- Andriyani, A. A. A. D. (2020). Phenomenon of Multilingual Society among Tourist Actors: A Case Study at Kuta Beach of Bali. *e-Review of Tourism Research*, 17(6), 821-836.
- Ariffin, A. A. M., & Maghzi, A. (2012). A preliminary study on customer expectations of hotel hospitality: Influences of personal and hotel factors. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 191-198.
- Baird, A. M., & Parayitam, S. (2019). Employers' ratings of importance of skills and competencies college graduates need to get hired: Evidence from the New England region of USA. *Education+ Training*, 61(5), 622-634.
- Bobanovic, M. K., & Grzinic, J. (2011). The importance of English language skills in the tourism sector: A comparative study of students/employees perceptions in Croatia. *Almatourism- Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 2(4), 10-23.
- Bouranta, N., Chitiris, L., & Paravantis, J. (2009). The relationship between internal and external service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(3), 275-293.
- Halliday, M. A. (2014). Language as social semiotic. *The Discourse Studies Reader*. Amsterdam: John Benjamins.
- Hasan, N. N. A., Sofian, M. R. M., Kamarulbaid, A. M., & Ithnan, I. H. M. (2022). "Hello, Selamat Datang!" A preliminary proposed model of tourism interpersonal communication from an Islamic perspective amongst frontliners. *Al-Islam - Journal of Contemporary Islamic Communication and Media*, 2(1). <https://doi.org/10.33102/jcicom.vol2no1.45>
- Ianioglo, A., & Rissanen, M. (2020). Global trends and tourism development in peripheral areas. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(5), 520-539.
- Jacob, C., & Guéguen, N. (2014). The effect of compliments on customers' compliance with a food server's suggestion. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 59-61.
- Jokom, R., Widjaja, D. C., Kristanti, M., & Wijaya, S. (2023). Culinary and destination experiences on behavioral intentions: An insight into local Indonesian food. *Journal of Foodservice Business Research*, 1-18.
- Kardijan, D., & Yundayani, A. (2019). Students'present condition in implemtng English for hospitality program. *Lingua Didaktika: Jurnal Bahasa dan Pembelajaran Bahasa*, 12(2), 128-139.

- Keet, C. M., & Khumalo, L. (2017). Grammar rules for the isi Zulu complex verb. *Southern African linguistics and applied language studies*, 35(2), 183-200.
- Koerniawati, F. T. (2022). Destinasi wisata, sumber daya manusia pariwisata dan pariwisata berkelanjutan. *Siwayang Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, Dan Antropologi*, 1(1), 39-50.
- Lennon, P. (1991). Error: Some problems of definition, identification, and distinction. *Applied linguistics*, 12(2), 180-196.
- Lexy J, M. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lim, Y. M., Lee, T. H., Yap, C. S., & Ling, C. C. (2016). Employability skills, personal qualities, and early employment problems of entry-level auditors: Perspectives from employers, lecturers, auditors, and students. *Journal of Education for Business*, 91(4), 185-192.
- Paksoy, M., Soyer, F., & Çalik, F. (2017). The impact of managerial communication skills on the levels of job satisfaction and job commitment. *Journal of Human Sciences*, 14(1), 642-652.
- Paragae, I. G. A. P. N. S. (2022). Kesiapan keterampilan komunikasi Bahasa Inggris lulusan lembaga pelatihan kerja pariwisata dalam bekerja di bidang pariwisata. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 3(1), 31.
- Plant, K., & Slippers, J. (2015). Improving the business communication skills of postgraduate internal audit students: A South African teaching innovation. *Innovations in Education and Teaching International*, 52(3), 310-321.
- Praveena, K. R., & Sasikumar, S. (2021). Application of Colaizzi's method of data analysis in phenomenological research. *Med Leg Updat*, 21(2), 914-918.
- Robles, M. M. (2012). Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace. *Business Communication Quarterly*, 75(4), 453-465.
- Safitri, R. H. R., Fadilah, O. A., & Halim, V. (2023). Service skills in solving hotel guest problems in the food and beverage service department in the post-COVID-19 pandemic in the hospitality world. *Journal of Gastro Tourism*, 1(1), 21-27.
- Salim, M. A. B., Ibrahim, N. A. B., & Hassan, H. (2012). Language for tourism: A review of literature. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 66, 136-143.
- Shendy, R. (2019). The limitations of reading to young children in literary Arabic: The unspoken struggle with Arabic diglossia. *Theory and Practice in Language Studies*, 9(2), 123-130.
- Sumaiya, B., Srivastava, S., Jain, V., & Prakash, V. (2022). The role of effective communication skills in professional life. *World Journal of English Language*, 12(3), 134-140.
- Takada, K., Murakami, K. H., Yamazaki, A. K., & Yamanakac, T. (2022). A preliminary study of VR English training material for personnel in the tourism industry. *Procedia Computer Science*, 207, 3721-3729.
- Tang, T. (2016). Discourse and Pragmatics in English Grammar Teaching. *ELT Journal*, 102, 10-19.
- Tankovic, A. C., Kapeš, J., & Benazić, D. (2023). Measuring the importance of communication skills in tourism. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(1), 460-479.
- Tanković, A. C., Kapeš, J., & Kraljić, V. (2021). Importance of soft skills and communication skills in tourism: Viewpoint from tourists and future tourism employees. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 6, 167-185.
- Vargas-Sanchez, A., & López-Guzmán, T. (2022). Creative process and culinary experiences in Michelin-starred restaurants. *Journal of Culinary Science & Technology*, 20(2), 97-116.
- Wesley, S. C., Jackson, V. P., & Lee, M. (2017). The perceived importance of core soft skills between retailing and tourism management students, faculty and businesses. *Employee Relations*, 39(1), 79-99.
- Wijaya, N. S., Arcana, K. T. P., & Sudarmawan, I. W. E. (2019). The role of tourism destination and human resources in sustainable tourism implementation in Indonesia. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 5(2), 228-237.
- Wiralestari, W. (2020). Kualitas informasi tanggung jawab sosial perusahaan. *Temu Dosen Akuntan Publik*, 11(1).
- Wulandari, N. L. M., & Rahmawati, P. I. (2020). Analisis kebutuhan bahasa inggris pramusaji di hotel berbintang 5 di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 3(1), 01-09.