

Pelatihan Komunikasi Bahasa Inggris Berbasis Hospitality bagi Pelaku Pariwisata Tangkahan untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Mancanegara dan Citra Destinasi Wisata

Zuindra¹, Hidayati², Hendra Mulia³, Muhammad Royaat Haq⁴, Jean Qathrunnada⁵

^{1,2,,3,4,5}Universitas Harapan Medan

Jl. Imam Bonjol No.35 Medan, 20152, Sumatera Utara, Indonesia

e-mail: 1zuindraidris@gmail.com, 2yatihida853@gmail.com, 3hendramulia@gmail.com,
4royaathaq@gmail.com, 5jeanqathrunnada@gmail.com

Abstrak

Kawasan Ekowisata Tangkahan merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Langkat yang memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan mancanegara. Namun, keterbatasan kemampuan komunikasi Bahasa Inggris dan penerapan prinsip hospitality di kalangan pelaku pariwisata masih menjadi kendala dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada wisatawan asing. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi Bahasa Inggris berbasis hospitality bagi pelaku pariwisata Tangkahan guna meningkatkan kepuasan wisatawan mancanegara dan memperkuat citra destinasi wisata. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan identifikasi kebutuhan, pre-test, pelatihan, simulasi (role play), pendampingan lapangan, post-test, serta monitoring dan evaluasi. Peserta kegiatan berjumlah 20 orang yang terdiri atas pemandu wisata, pengelola homestay, pelaku UMKM, operator wisata, dan anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta yang ditunjukkan oleh kenaikan nilai rata-rata dari 59,45 pada pre-test menjadi 84,30 pada post-test atau meningkat sebesar 41,8%. Distribusi kemampuan peserta juga mengalami perubahan, di mana sebelum pelatihan sebanyak 50% peserta berada pada kategori rendah dan 50% pada kategori sedang, sedangkan setelah pelatihan 85% peserta mencapai kategori tinggi dan 15% berada pada kategori sedang. Survei kepuasan menunjukkan bahwa 90% peserta menyatakan sangat puas dan 10% menyatakan puas terhadap pelaksanaan program. Selain meningkatkan kemampuan komunikasi Bahasa Inggris, kegiatan ini juga meningkatkan kepercayaan diri peserta, kualitas pelayanan berbasis hospitality, serta kemampuan berinteraksi dengan wisatawan mancanegara. Program pengabdian ini terbukti efektif sebagai model pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia pariwisata, memperkuat citra destinasi wisata Tangkahan, serta mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat.

Kata kunci: komunikasi Bahasa Inggris, hospitality, pelaku pariwisata, kepuasan wisatawan, Tangkahan.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan wilayah berbasis potensi lokal. Aktivitas pariwisata juga memiliki efek berganda (*multiplier effect*) yang mampu menggerakkan sektor transportasi, akomodasi, kuliner, perdagangan, hingga industri kreatif sehingga menjadi salah satu penggerak pembangunan daerah yang berkelanjutan (UNWTO, 2023; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2024). Perkembangan industri pariwisata global turut meningkatkan persaingan antar destinasi wisata sehingga setiap daerah dituntut mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wisatawan domestik maupun mancanegara (Parasuraman et al., 1988).

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam, budaya, dan keanekaragaman hayati yang menjadi modal utama dalam pengembangan sektor pariwisata berkelanjutan.

Salah satu bentuk pengembangan tersebut diwujudkan melalui pengelolaan destinasi ekowisata yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar (Lashley, 2018). Dalam konteks tersebut, kualitas pelayanan menjadi salah satu indikator utama yang menentukan daya saing destinasi wisata di tingkat nasional maupun internasional (Zeithaml et al., 2018).

Salah satu destinasi ekowisata yang berkembang di Provinsi Sumatera Utara adalah Tangkahan yang berada di kawasan penyangga Taman Nasional Gunung Leuser, Kabupaten Langkat. Destinasi ini dikenal sebagai *The Hidden Paradise of Sumatra* karena menawarkan keindahan hutan hujan tropis, aktivitas konservasi gajah, sungai alami, wisata petualangan, serta kehidupan masyarakat lokal yang masih mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal. Keunikan tersebut menjadikan Tangkahan sebagai salah satu tujuan wisata favorit bagi wisatawan mancanegara, khususnya wisatawan yang memiliki minat terhadap ekowisata dan konservasi alam. Keberadaan wisatawan asing yang terus meningkat menuntut kesiapan sumber daya manusia lokal dalam memberikan pelayanan yang profesional sesuai dengan standar industri pariwisata internasional (UNWTO, 2023).

Dalam industri pariwisata, kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan fasilitas fisik, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan sumber daya manusia dalam membangun komunikasi yang efektif dengan wisatawan. Komunikasi yang baik mampu menciptakan rasa nyaman, meningkatkan kepercayaan wisatawan, meminimalkan kesalahpahaman, serta membangun pengalaman wisata yang berkesan sehingga mendorong kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml et al., 2018). Sebaliknya, keterbatasan komunikasi dapat menurunkan kualitas pelayanan meskipun destinasi memiliki daya tarik wisata yang tinggi.

Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang paling banyak digunakan dalam aktivitas pariwisata global sehingga menjadi kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh pelaku industri wisata. Kemampuan menggunakan Bahasa Inggris memungkinkan pelaku wisata memberikan informasi mengenai objek wisata, menjelaskan prosedur pelayanan, menawarkan produk wisata, menangani keluhan wisatawan, hingga membangun hubungan interpersonal yang positif dengan wisatawan mancanegara. Oleh karena itu, penguasaan Bahasa Inggris tidak lagi dipandang sebagai kemampuan tambahan, tetapi telah menjadi kebutuhan profesional dalam industri hospitality modern (Blue & Harun, 2003; Marasabessy et al., 2025).

Selain kompetensi linguistik, industri pariwisata juga menuntut penerapan konsep hospitality yang menekankan pada keramahan, empati, kesopanan, profesionalisme, serta kemampuan memberikan pengalaman terbaik kepada setiap wisatawan. Hospitality tidak hanya diwujudkan melalui sikap ramah, tetapi juga melalui komunikasi verbal dan nonverbal yang mampu menciptakan hubungan emosional antara penyedia jasa dan wisatawan. Dengan demikian, kemampuan berkomunikasi dalam Bahasa Inggris perlu dipadukan dengan prinsip-prinsip hospitality agar pelayanan wisata menjadi lebih efektif dan berorientasi pada kepuasan pengunjung (Lashley, 2018).

Berdasarkan hasil observasi awal bersama mitra, pelaku pariwisata di kawasan Tangkahan yang meliputi pemandu wisata, pengelola homestay, operator wisata sungai, pelaku usaha mikro, pengelola destinasi, dan anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) masih menghadapi berbagai kendala dalam berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris. Sebagian besar peserta hanya menguasai kosakata dasar sehingga mengalami kesulitan ketika harus menjelaskan objek wisata, memberikan petunjuk arah, menawarkan paket wisata, maupun menjawab pertanyaan wisatawan asing secara spontan. Kondisi tersebut menyebabkan interaksi antara pelaku wisata dan wisatawan belum berlangsung secara optimal.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah rendahnya rasa percaya diri pelaku wisata ketika berhadapan langsung dengan wisatawan mancanegara. Banyak pelaku wisata memilih menggunakan bahasa isyarat atau meminta bantuan rekan kerja ketika harus melayani wisatawan asing. Situasi tersebut menyebabkan pelayanan menjadi kurang efektif dan sering menimbulkan kesalahpahaman dalam penyampaian informasi mengenai atraksi wisata, keselamatan wisata, maupun fasilitas yang tersedia. Hambatan komunikasi tersebut pada akhirnya berpotensi memengaruhi persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan destinasi.

Selain keterbatasan kemampuan berbahasa, hasil identifikasi kebutuhan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku wisata belum pernah mengikuti pelatihan *English for Hospitality* yang dirancang sesuai dengan karakteristik pekerjaan mereka. Materi komunikasi yang selama ini dipelajari masih bersifat umum sehingga belum memberikan bekal mengenai ungkapan-ungkapan pelayanan wisata seperti *welcoming guests, handling complaints, giving directions, explaining attractions*, maupun *cross-cultural communication*. Akibatnya, kemampuan berkomunikasi yang dimiliki belum mampu mendukung kebutuhan pelayanan wisata secara nyata. Temuan serupa juga dilaporkan pada program pelatihan *English for Hospitality* di Desa Wisata Belitar Seberang yang menunjukkan bahwa keterbatasan kemampuan berbicara dan komunikasi pelayanan menjadi hambatan utama dalam melayani wisatawan asing.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi Bahasa Inggris perlu dilaksanakan melalui pendekatan yang bersifat kontekstual, aplikatif, dan berbasis praktik lapangan. Pelatihan tidak cukup hanya memberikan materi tata bahasa (*grammar*), tetapi harus menitikberatkan pada kemampuan komunikasi yang sesuai dengan situasi pelayanan wisata sehingga peserta mampu mengaplikasikan kompetensinya secara langsung ketika berinteraksi dengan wisatawan. Pendekatan berbasis simulasi, *role play*, dan praktik lapangan dinilai lebih efektif dalam meningkatkan kemampuan komunikasi dibandingkan pembelajaran yang hanya bersifat teoritis.

Dalam perspektif ekonomi pariwisata, peningkatan kompetensi komunikasi pelaku wisata memiliki implikasi yang lebih luas dibandingkan sekadar peningkatan kemampuan berbahasa. Pelayanan yang komunikatif akan meningkatkan kepuasan wisatawan, memperpanjang lama tinggal (*length of stay*), mendorong pembelian produk lokal, meningkatkan peluang kunjungan ulang (*repeat visit*), serta memperkuat promosi destinasi melalui rekomendasi dari wisatawan kepada calon wisatawan lainnya. Dengan demikian, investasi pada peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata berbasis masyarakat.

Penelitian terbaru mengenai persepsi wisatawan mancanegara di Yogyakarta menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi Bahasa Inggris yang baik berhubungan erat dengan meningkatnya kualitas pelayanan, kepercayaan wisatawan, pengalaman wisata yang positif, serta kepuasan selama berkunjung. Sebaliknya, keterbatasan komunikasi menjadi salah satu penyebab utama munculnya ketidakpuasan dan kesalahpahaman antara wisatawan dengan penyedia layanan wisata. Hasil tersebut semakin mempertegas bahwa kompetensi komunikasi merupakan faktor strategis dalam pengembangan destinasi wisata yang berorientasi pada pasar internasional.

Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut, diperlukan suatu program pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Komunikasi Bahasa Inggris Berbasis Hospitality bagi Pelaku Pariwisata Tangkahan yang dirancang secara partisipatif melalui pembelajaran aktif, simulasi pelayanan, praktik komunikasi, dan pendampingan lapangan. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kompetensi komunikasi pelaku wisata, memperkuat penerapan prinsip hospitality, meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan mancanegara, serta mendukung terbentuknya citra positif destinasi wisata Tangkahan sebagai salah satu destinasi ekowisata unggulan Indonesia.

1.2 Research Gap (Kesenjangan Penelitian)

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah membuktikan bahwa pelatihan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata mampu meningkatkan kompetensi komunikasi dan kualitas pelayanan di destinasi wisata. Marasabessy et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan English for Tourism yang diberikan kepada masyarakat Desa Wisata Belitar Seberang berhasil meningkatkan penguasaan kosakata, kemampuan berbicara, dan kepercayaan diri peserta dalam melayani wisatawan asing (Marasabessy et al., 2025). Temuan serupa juga dilaporkan oleh Suryaningrum et al. (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan Bahasa Inggris berbasis praktik mampu meningkatkan kesiapan masyarakat desa wisata dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan internasional melalui pendekatan komunikasi yang lebih aplikatif (Suryaningrum et al., 2023). Sementara itu, penelitian Blue dan Harun (2003) menegaskan bahwa pembelajaran English for Specific Purposes (ESP) pada sektor hospitality harus dirancang berdasarkan kebutuhan komunikasi nyata di lingkungan kerja sehingga peserta mampu menggunakan bahasa secara kontekstual dalam aktivitas pelayanan wisata (Blue & Harun, 2003). Meskipun demikian, ketiga penelitian tersebut lebih berorientasi pada peningkatan kemampuan linguistik peserta tanpa mengintegrasikan aspek hospitality attitude, pelayanan prima, dan pembentukan pengalaman wisata (*tourist experience*) sebagai bagian dari indikator keberhasilan program.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Parasuraman et al. (1988) melalui konsep SERVQUAL menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Parasuraman et al., 1988). Selanjutnya, Lashley (2018) mengemukakan bahwa konsep hospitality tidak hanya berkaitan dengan penyediaan layanan, tetapi juga mencakup kemampuan membangun hubungan interpersonal, komunikasi yang santun, empati, serta pengalaman positif yang dirasakan oleh pelanggan selama menerima pelayanan (Lashley, 2018). Di sisi lain, penelitian Zeithaml et al. (2018) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dalam industri jasa dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara penyedia layanan dengan konsumen, termasuk komunikasi verbal yang efektif dan kemampuan menangani kebutuhan pelanggan secara profesional (Zeithaml et al., 2018). Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak dikembangkan dalam konteks industri perhotelan dan jasa komersial sehingga implementasinya pada destinasi ekowisata berbasis masyarakat seperti Tangkahan masih relatif terbatas. Selain itu, belum

banyak program pengabdian yang mengintegrasikan teori kualitas pelayanan dengan pelatihan komunikasi Bahasa Inggris secara langsung kepada masyarakat lokal sebagai pelaku utama pariwisata.

1.3 Tujuan dan Manfaat Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku pariwisata di kawasan Tangkahan melalui pelatihan komunikasi Bahasa Inggris berbasis *hospitality* yang disesuaikan dengan kebutuhan pelayanan wisata internasional. Program ini dirancang untuk membangun kompetensi komunikasi peserta secara komprehensif, tidak hanya pada aspek penguasaan kosakata dan keterampilan berbicara (*speaking skills*), tetapi juga pada kemampuan menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima (*service excellence*), etika komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication*), serta sikap profesional dalam berinteraksi dengan wisatawan mancanegara (Blue & Harun, 2003; Lashley, 2018). Melalui pendekatan pembelajaran berbasis praktik (*experiential learning*), simulasi pelayanan (*role play*), dan pendampingan lapangan, peserta diharapkan mampu mengaplikasikan kemampuan komunikasi secara langsung pada situasi nyata di lingkungan destinasi wisata (Kolb, 2015). Selain meningkatkan kompetensi individu, kegiatan ini juga bertujuan memperkuat kualitas pelayanan wisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) sehingga mampu meningkatkan kepuasan wisatawan, memperbesar peluang kunjungan ulang (*repeat visit*), memperluas promosi dari mulut ke mulut (*electronic word of mouth*), serta membangun citra positif destinasi wisata Tangkahan sebagai salah satu kawasan ekowisata unggulan di Sumatera Utara (UNWTO, 2023; Zeithaml et al., 2018).

Manfaat kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat dirasakan secara langsung maupun berkelanjutan oleh berbagai pihak yang terlibat. Bagi pelaku pariwisata, program ini memberikan peningkatan kompetensi komunikasi Bahasa Inggris yang lebih aplikatif sesuai dengan kebutuhan pelayanan wisata, meningkatkan rasa percaya diri dalam melayani wisatawan asing, memperkuat pemahaman mengenai konsep *hospitality*, serta meningkatkan profesionalisme dalam menjalankan aktivitas pelayanan (Parasuraman et al., 1988; Marasabessy et al., 2025). Bagi kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pengelola destinasi, dan pemerintah daerah, hasil kegiatan ini diharapkan menjadi salah satu strategi pengembangan kualitas sumber daya manusia yang mendukung peningkatan daya saing destinasi wisata berbasis pelayanan berkualitas. Sementara itu, bagi wisatawan mancanegara, peningkatan kualitas komunikasi dan pelayanan akan menciptakan pengalaman wisata (*tourist experience*) yang lebih positif sehingga meningkatkan tingkat kepuasan, loyalitas, serta kecenderungan untuk merekomendasikan Tangkahan kepada wisatawan lainnya (Chen & Tsai, 2007; Zeithaml et al., 2018). Dari perspektif akademik, kegiatan pengabdian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan model pelatihan English for Hospitality berbasis pemberdayaan masyarakat yang dapat direplikasi pada destinasi wisata lain di Indonesia, sekaligus memperkaya implementasi teori *service quality*, *community empowerment*, dan *sustainable tourism* dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berdampak nyata terhadap peningkatan kualitas pelayanan dan kesejahteraan masyarakat lokal (UNWTO, 2023; OECD, 2020).

2. METODE PENGABDIAN

2.1 Kajian Literatur

Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang berkembang melalui interaksi antara sumber daya alam, budaya, masyarakat lokal, dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Dalam perspektif pembangunan berkelanjutan, keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh daya tarik objek wisata, tetapi juga oleh kemampuan sumber daya manusia dalam memberikan pengalaman wisata yang berkualitas kepada pengunjung (UNWTO, 2023). Oleh karena itu, peningkatan kompetensi masyarakat sebagai pelaku utama pariwisata menjadi salah satu strategi yang efektif dalam memperkuat daya saing destinasi wisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) (Goodwin & Santilli, 2009). Pendekatan tersebut menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan destinasi sehingga peningkatan kapasitas melalui pendidikan dan pelatihan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan pariwisata berkelanjutan (OECD, 2020).

Konsep English for Hospitality merupakan pengembangan dari pendekatan ESP yang secara khusus dirancang untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dalam industri pelayanan (*hospitality industry*). Blue dan Harun (2003) menjelaskan bahwa pembelajaran Bahasa Inggris untuk sektor *hospitality* harus berorientasi pada situasi komunikasi nyata yang sering dihadapi oleh pekerja di lapangan, seperti menyambut tamu (*welcoming guests*), memberikan informasi destinasi (*giving information*), menjelaskan prosedur pelayanan (*explaining services*), menangani keluhan (*handling complaints*), serta membangun

hubungan interpersonal yang positif dengan pelanggan (Blue & Harun, 2003). Dengan demikian, pelatihan Bahasa Inggris bagi pelaku wisata tidak cukup hanya berfokus pada aspek linguistik, tetapi juga harus mengembangkan kompetensi komunikasi profesional yang mendukung kualitas pelayanan kepada wisatawan.

Selain penguasaan bahasa, konsep hospitality menjadi landasan utama dalam menciptakan pelayanan wisata yang berkualitas. Lashley (2018) mendefinisikan hospitality sebagai proses membangun hubungan yang positif melalui sikap ramah, empati, kepedulian, kesopanan, dan kemampuan memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada tamu. Hospitality bukan hanya berkaitan dengan penyediaan fasilitas fisik, tetapi juga mencerminkan kualitas interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan selama proses pelayanan berlangsung (Lashley, 2018). Dalam industri pariwisata, sikap hospitality berkontribusi terhadap terbentuknya persepsi positif wisatawan terhadap destinasi sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan (Walker, 2021). Oleh karena itu, penguasaan Bahasa Inggris yang dipadukan dengan penerapan prinsip hospitality akan menghasilkan pelayanan yang lebih profesional, komunikatif, dan berorientasi pada kebutuhan wisatawan.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dijelaskan secara komprehensif melalui teori Service Quality (SERVQUAL) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Menurut teori tersebut, kualitas pelayanan dipengaruhi oleh lima dimensi utama, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) (Parasuraman et al., 1988). Dalam konteks pariwisata, kemampuan pelaku wisata dalam berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris merupakan bagian penting dari dimensi *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* karena komunikasi yang efektif mampu meningkatkan rasa percaya wisatawan, mempercepat penyelesaian masalah, serta menciptakan hubungan pelayanan yang lebih personal (Zeithaml et al., 2018). Dengan demikian, peningkatan kompetensi komunikasi secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan yang diterima wisatawan.

Keberhasilan pelatihan dalam kegiatan pengabdian ini juga didasarkan pada teori Experiential Learning yang dikembangkan oleh Kolb (2015). Teori ini menjelaskan bahwa proses belajar akan lebih efektif apabila peserta memperoleh pengalaman langsung melalui praktik, refleksi, konseptualisasi, dan penerapan kembali dalam situasi nyata (Kolb, 2015). Dalam pelatihan komunikasi Bahasa Inggris berbasis hospitality, pendekatan ini diwujudkan melalui simulasi pelayanan (*role play*), praktik percakapan dengan skenario pelayanan wisata, diskusi kelompok, serta pendampingan langsung di lokasi wisata. Melalui pengalaman belajar yang kontekstual tersebut, peserta tidak hanya memahami materi secara konseptual, tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan komunikasi secara nyata ketika melayani wisatawan mancanegara.

Pengembangan kapasitas masyarakat dalam kegiatan pengabdian ini juga didukung oleh teori Community Empowerment yang dikemukakan oleh Zimmerman (2000). Teori ini menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan proses meningkatkan kemampuan individu maupun kelompok agar mampu mengendalikan sumber daya, mengambil keputusan, dan meningkatkan kualitas hidup secara mandiri (Zimmerman, 2000). Dalam sektor pariwisata, pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui peningkatan kompetensi, pendampingan, dan penguatan kelembagaan sehingga masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam pengelolaan destinasi wisata (Goodwin & Santilli, 2009). Pelatihan komunikasi Bahasa Inggris berbasis hospitality merupakan salah satu bentuk pemberdayaan yang berorientasi pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia sehingga masyarakat memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan asing dan memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas pariwisata.

2.2 Implementasi Program Pengabdian sebagai Metode Pelaksanaan Pengabdian

Implementasi program pengabdian ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif (Participatory Action Approach) yang menempatkan masyarakat sebagai mitra utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena tidak hanya berorientasi pada proses transfer pengetahuan, tetapi juga menekankan keterlibatan aktif peserta dalam mengidentifikasi kebutuhan, mengikuti proses pembelajaran, mempraktikkan keterampilan yang diperoleh, serta mengevaluasi hasil kegiatan secara bersama-sama. Melalui pendekatan tersebut, program pelatihan diharapkan mampu menghasilkan perubahan kompetensi yang berkelanjutan dan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kualitas pelayanan wisata di kawasan Tangkahan.

Program pengabdian dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan praktik, monitoring dan evaluasi, serta tindak lanjut program. Kelima tahapan tersebut saling berkaitan dan disusun secara sistematis agar tujuan pengabdian dapat tercapai secara optimal.

Tahap pertama adalah persiapan program. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemerintah desa, pengelola destinasi wisata Tangkahan, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pengelola homestay, pelaku usaha mikro, pemandu wisata (*local guide*), serta berbagai pihak yang terlibat dalam pelayanan wisata. Koordinasi dilakukan untuk menyusun jadwal kegiatan, menentukan jumlah peserta, mengidentifikasi karakteristik mitra, serta menyepakati bentuk pelaksanaan program. Selain itu, tim juga melaksanakan observasi lapangan dan analisis kebutuhan (*training need assessment*) guna memperoleh informasi mengenai kemampuan awal peserta dalam berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris, hambatan pelayanan yang sering dihadapi ketika berinteraksi dengan wisatawan mancanegara, serta materi pelatihan yang paling dibutuhkan. Hasil identifikasi kebutuhan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan modul pelatihan yang relevan dengan kondisi riil di lapangan.

Setelah proses persiapan selesai, kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan pre-test sebagai instrumen untuk mengukur kemampuan awal peserta sebelum mengikuti pelatihan. Pre-test dilaksanakan dalam bentuk tes lisan (*oral test*) dan praktik komunikasi sederhana yang berkaitan dengan pelayanan wisata. Materi yang diujikan meliputi kemampuan menyapa wisatawan (*greeting*), memperkenalkan diri, memberikan informasi mengenai objek wisata, menunjukkan arah (*giving directions*), menawarkan layanan (*offering services*), serta menjawab pertanyaan sederhana yang sering diajukan oleh wisatawan asing. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan observasi terhadap tingkat kepercayaan diri peserta, kelancaran berbicara, ketepatan pengucapan (*pronunciation*), penguasaan kosakata, dan kemampuan membangun interaksi dengan wisatawan.

Tahap berikutnya merupakan inti dari program pengabdian, yaitu pelaksanaan pelatihan komunikasi Bahasa Inggris berbasis hospitality. Materi pelatihan disusun berdasarkan pendekatan English for Hospitality sehingga seluruh topik yang diberikan berkaitan langsung dengan aktivitas pelayanan wisata di kawasan Tangkahan. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep hospitality, teknik menyambut wisatawan (*welcoming guests*), komunikasi pelayanan (*customer service communication*), menjelaskan daya tarik wisata (*explaining tourist attractions*), memberikan petunjuk arah (*giving directions*), menawarkan paket wisata (*offering tour packages*), menangani keluhan wisatawan (*handling complaints*), komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication*), hingga teknik mengakhiri pelayanan secara profesional (*closing conversation*). Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, demonstrasi, tanya jawab, studi kasus, serta latihan komunikasi secara berpasangan maupun kelompok kecil.

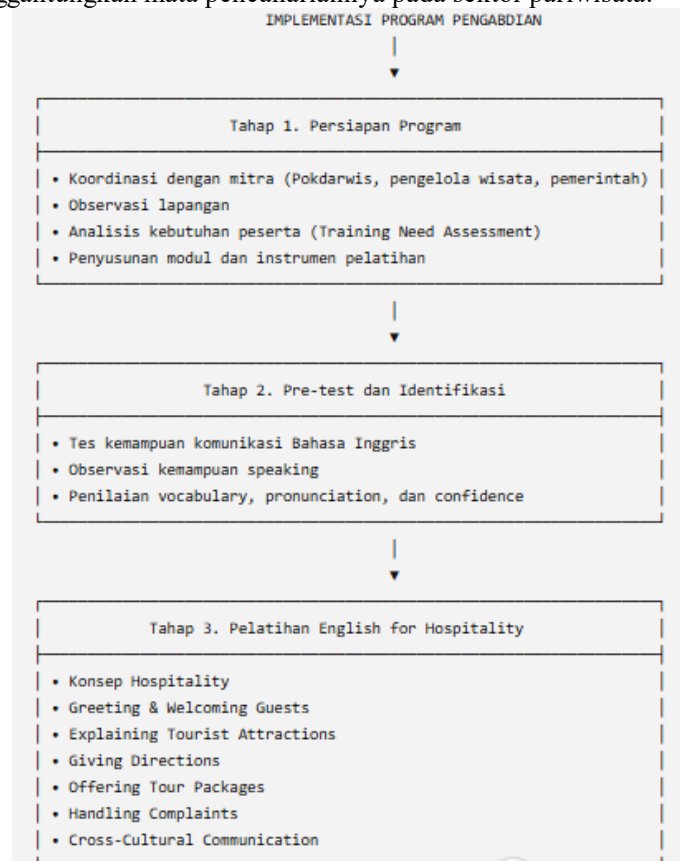
Untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran, peserta selanjutnya mengikuti simulasi pelayanan (*role play*) yang dirancang menyerupai kondisi nyata di lapangan. Dalam kegiatan ini peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok dan diberikan berbagai skenario pelayanan yang biasa ditemui di kawasan wisata Tangkahan. Sebagian peserta berperan sebagai wisatawan mancanegara, sedangkan peserta lainnya bertindak sebagai pemandu wisata, petugas homestay, pengelola destinasi, maupun pelaku usaha lokal. Melalui simulasi tersebut peserta berlatih menggunakan ungkapan-ungkapan pelayanan dalam Bahasa Inggris secara langsung sehingga kemampuan berbicara berkembang melalui pengalaman praktik, bukan hanya melalui pembelajaran teoritis. Tim pengabdian memberikan umpan balik secara langsung terhadap penggunaan kosakata, struktur kalimat, pelafalan, ekspresi, sikap pelayanan, serta penerapan prinsip hospitality selama proses simulasi berlangsung.

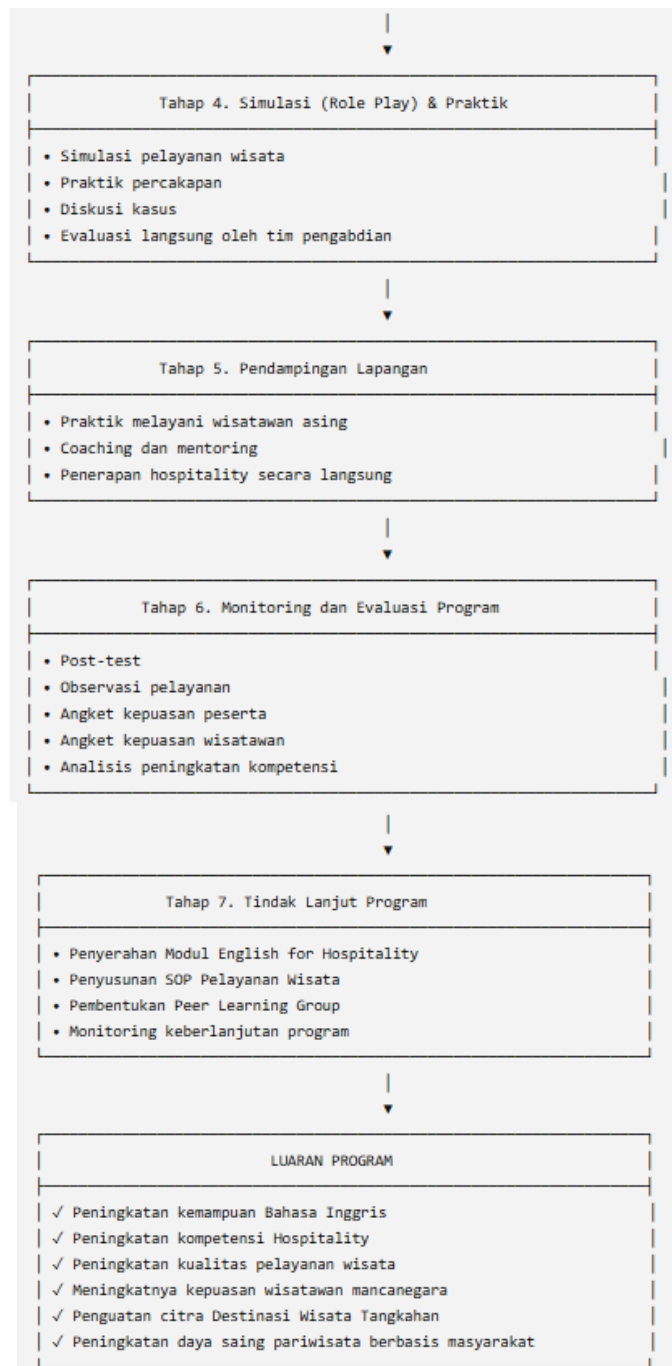
Tahap selanjutnya adalah pendampingan praktik lapangan (*field mentoring*). Pada tahap ini peserta didampingi untuk mengaplikasikan kemampuan komunikasi yang telah diperoleh dalam situasi pelayanan nyata bersama wisatawan yang berkunjung ke kawasan Tangkahan. Pendampingan dilakukan secara intensif oleh tim pengabdian melalui observasi langsung terhadap proses komunikasi antara peserta dengan wisatawan. Selama kegiatan berlangsung, tim memberikan bimbingan apabila peserta mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi, menjawab pertanyaan wisatawan, maupun menghadapi situasi pelayanan tertentu. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk memperoleh pengalaman belajar secara langsung (*learning by doing*) sehingga kompetensi komunikasi berkembang secara lebih alami dan berkelanjutan.

Setelah seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan selesai, dilakukan **post-test** untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta. Bentuk evaluasi yang digunakan sama dengan pre-test sehingga hasil keduanya dapat dibandingkan secara objektif. Penilaian difokuskan pada peningkatan kemampuan berbicara, penguasaan kosakata hospitality, ketepatan pengucapan, kelancaran komunikasi, kemampuan menjelaskan objek wisata, kemampuan menangani pertanyaan wisatawan, serta perubahan sikap pelayanan peserta selama proses interaksi. Selain penilaian terhadap peserta, tim juga membagikan angket kepuasan kepada peserta pelatihan dan melakukan wawancara singkat dengan beberapa wisatawan mancanegara untuk memperoleh umpan balik mengenai kualitas pelayanan yang diberikan setelah program berlangsung.

Tahap terakhir adalah monitoring, evaluasi, dan tindak lanjut program. Monitoring dilakukan untuk memastikan bahwa kompetensi yang telah diperoleh peserta tetap diterapkan dalam aktivitas pelayanan sehari-hari. Evaluasi dilakukan melalui analisis hasil pre-test dan post-test, observasi lapangan, dokumentasi kegiatan, serta hasil angket kepuasan peserta dan wisatawan. Data tersebut digunakan sebagai dasar untuk menilai efektivitas program pengabdian sekaligus mengidentifikasi aspek-aspek yang masih memerlukan perbaikan. Sebagai bentuk keberlanjutan program, tim pengabdian menyerahkan modul English for Hospitality, buku saku percakapan praktis, media pembelajaran digital, serta rekomendasi penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Wisata Berbasis Hospitality kepada mitra. Selain itu, tim juga mendorong pembentukan kelompok belajar mandiri (*peer learning group*) yang memungkinkan peserta terus berlatih menggunakan Bahasa Inggris secara rutin setelah kegiatan pengabdian selesai.

Melalui tahapan implementasi yang terstruktur tersebut, program pengabdian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan komunikasi Bahasa Inggris, tetapi juga membangun budaya pelayanan yang profesional, ramah, dan berorientasi pada kepuasan wisatawan. Integrasi antara pelatihan, praktik lapangan, pendampingan, dan evaluasi berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan kompetensi pelaku pariwisata Tangkahan secara signifikan sehingga memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan mancanegara, citra destinasi wisata, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat yang menggantungkannya mata pencahariannya pada sektor pariwisata.





Gambar 2.1 Alur Implementasi Program Pengabdian

Gambar diatas menunjukkan alur implementasi program pengabdian yang dilaksanakan secara bertahap melalui tujuh tahapan utama, yaitu persiapan program, pre-test dan identifikasi kemampuan peserta, pelatihan komunikasi Bahasa Inggris berbasis *hospitality*, simulasi (*role play*), pendampingan praktik lapangan, monitoring dan evaluasi, serta tindak lanjut program. Seluruh tahapan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif sehingga mitra terlibat secara aktif sejak proses identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil kegiatan. Pendekatan ini memastikan bahwa materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan riil pelaku pariwisata di Tangkahan.

Tahapan pelatihan dipadukan dengan praktik langsung dan pendampingan di lapangan agar peserta tidak hanya memahami materi secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam situasi pelayanan wisata yang sebenarnya. Evaluasi dilakukan melalui pre-test, post-test, observasi, dan angket kepuasan untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta serta dampaknya terhadap kualitas pelayanan. Hasil akhir

yang diharapkan adalah meningkatnya kemampuan komunikasi Bahasa Inggris berbasis *hospitality*, peningkatan kepuasan wisatawan mancanegara, penguatan citra destinasi wisata Tangkahan, serta meningkatnya daya saing pariwisata berbasis masyarakat secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "Pelatihan Komunikasi Bahasa Inggris Berbasis Hospitality bagi Pelaku Pariwisata Tangkahan untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Mancanegara dan Citra Destinasi Wisata" dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan secara aktif seluruh unsur mitra, mulai dari Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pemandu wisata (*local guide*), pengelola homestay, pelaku usaha mikro dan kecil, operator aktivitas wisata, hingga pengelola kawasan wisata Tangkahan. Sebelum kegiatan pelatihan dilaksanakan, tim pengabdian melakukan observasi lapangan dan analisis kebutuhan (*training need assessment*) guna memperoleh gambaran mengenai kondisi awal kompetensi komunikasi peserta. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki pengalaman melayani wisatawan mancanegara, namun kemampuan komunikasi menggunakan Bahasa Inggris masih terbatas pada ungkapan-ungkapan sederhana sehingga belum mampu menjelaskan informasi wisata secara rinci maupun memberikan pelayanan yang komunikatif sesuai dengan standar industri pariwisata internasional. Keterbatasan tersebut terlihat pada rendahnya penguasaan kosakata yang berkaitan dengan pelayanan wisata (*hospitality vocabulary*), kesulitan menyusun kalimat secara spontan ketika menghadapi pertanyaan wisatawan, ketidaklancaran dalam memberikan petunjuk arah maupun menjelaskan potensi wisata Tangkahan, serta rendahnya tingkat kepercayaan diri ketika berkomunikasi secara langsung dengan wisatawan asing. Selain itu, hasil observasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memahami konsep **hospitality** sebagai bagian penting dari kualitas pelayanan. Pelayanan yang diberikan selama ini masih berorientasi pada penyampaian informasi, sementara aspek empati, komunikasi interpersonal, penanganan keluhan, dan pelayanan berbasis pengalaman wisata (*tourist experience*) belum diterapkan secara optimal. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang berpotensi memengaruhi kepuasan wisatawan mancanegara karena komunikasi yang kurang efektif dapat menyebabkan kesalahpahaman dalam penyampaian informasi, menurunkan kenyamanan wisatawan, serta mengurangi kualitas pengalaman selama berkunjung. Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian merancang program pelatihan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan berbahasa Inggris, tetapi juga mengintegrasikan materi mengenai English for Hospitality, pelayanan prima (*service excellence*), komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication*), serta simulasi pelayanan berbasis situasi nyata yang sering ditemui oleh pelaku wisata di kawasan Tangkahan. Pendekatan ini dipilih agar kompetensi yang diperoleh peserta tidak berhenti pada aspek pengetahuan, tetapi dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas pelayanan kepada wisatawan mancanegara.

Pelaksanaan pelatihan menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan terhadap kompetensi peserta baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun sikap pelayanan. Selama proses pembelajaran berlangsung, peserta mengikuti berbagai metode pelatihan yang meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, demonstrasi, simulasi (*role play*), praktik percakapan, hingga pendampingan lapangan. Metode tersebut memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan berbagai bentuk komunikasi yang umum digunakan dalam pelayanan wisata, seperti menyambut tamu (*welcoming guests*), memperkenalkan objek wisata, memberikan petunjuk arah, menjelaskan aktivitas wisata, menawarkan paket wisata, menangani pertanyaan wisatawan, serta merespons keluhan dengan bahasa yang sopan dan profesional. Hasil observasi selama kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai mengalami peningkatan rasa percaya diri ketika melakukan percakapan menggunakan Bahasa Inggris. Apabila pada tahap awal sebagian besar peserta masih ragu-ragu dan cenderung menghindari komunikasi dengan wisatawan asing, setelah mengikuti pelatihan mereka mampu memulai percakapan, memberikan informasi secara lebih sistematis, serta mempertahankan interaksi dengan wisatawan dalam durasi yang lebih panjang. Perubahan tersebut tidak hanya terlihat pada aspek kemampuan berbicara (*speaking skills*), tetapi juga pada penggunaan ekspresi nonverbal yang lebih ramah, kontak mata yang lebih baik, serta kemampuan menunjukkan sikap empati ketika memberikan pelayanan. Selama kegiatan pendampingan lapangan, peserta juga memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan materi yang telah dipelajari ketika melayani wisatawan yang sedang berkunjung ke kawasan Tangkahan. Tim pengabdian melakukan observasi terhadap setiap proses pelayanan dan memberikan umpan balik secara langsung mengenai ketepatan penggunaan kosa kata, pelafalan (*pronunciation*), struktur kalimat, serta penerapan prinsip-prinsip hospitality dalam setiap bentuk interaksi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik (*experiential learning*) lebih efektif dibandingkan metode ceramah konvensional karena peserta memperoleh kesempatan untuk belajar melalui pengalaman nyata (*learning by doing*). Selain meningkatkan kemampuan

komunikasi, proses pelatihan juga membangun kesadaran peserta mengenai pentingnya kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam membentuk kepuasan wisatawan dan meningkatkan daya saing destinasi wisata. Peserta mulai memahami bahwa keberhasilan pelayanan tidak hanya diukur dari kemampuan menyampaikan informasi, tetapi juga dari kemampuan menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan melalui komunikasi yang ramah, responsif, profesional, dan menghargai perbedaan budaya wisatawan.

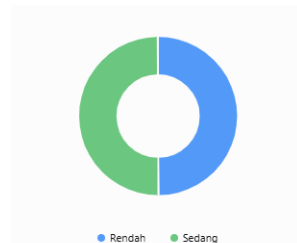
Secara keseluruhan, pelaksanaan program pengabdian berhasil menjawab berbagai permasalahan yang sebelumnya dihadapi oleh mitra serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia di kawasan wisata Tangkahan. Hasil evaluasi melalui observasi lapangan, diskusi reflektif, serta angket kepuasan menunjukkan bahwa peserta merasakan manfaat nyata dari program pelatihan karena materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan sehari-hari. Peningkatan kemampuan komunikasi Bahasa Inggris memberikan pengaruh terhadap meningkatnya rasa percaya diri peserta dalam melayani wisatawan mancanegara, sehingga mereka tidak lagi bergantung pada rekan kerja yang memiliki kemampuan bahasa lebih baik ketika menghadapi wisatawan asing. Di sisi lain, penerapan konsep hospitality juga mulai terlihat dalam perubahan perilaku pelayanan, seperti meningkatnya keramahan, kemampuan mendengarkan kebutuhan wisatawan, kecepatan merespons pertanyaan, serta kesediaan memberikan bantuan secara proaktif. Perubahan tersebut berkontribusi terhadap terciptanya pengalaman wisata yang lebih positif sehingga wisatawan memperoleh kesan pelayanan yang lebih profesional selama berada di kawasan Tangkahan. Dari perspektif pengembangan destinasi, peningkatan kualitas pelayanan dipandang sebagai investasi jangka panjang yang mampu memperkuat citra positif destinasi wisata di tingkat nasional maupun internasional. Wisatawan yang memperoleh pengalaman pelayanan yang baik cenderung memberikan ulasan positif di media sosial, merekomendasikan destinasi kepada wisatawan lain, serta memiliki kecenderungan melakukan kunjungan ulang (*repeat visit*). Kondisi ini secara tidak langsung memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, berkembangnya aktivitas ekonomi masyarakat lokal, meningkatnya pendapatan pelaku usaha wisata, serta terbukanya peluang kerja baru di sektor pariwisata. Selain itu, keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi Bahasa Inggris berbasis hospitality merupakan model pemberdayaan masyarakat yang efektif untuk diterapkan pada destinasi wisata berbasis alam dan konservasi seperti Tangkahan. Integrasi antara peningkatan kompetensi bahasa, penguatan kualitas pelayanan, pendampingan praktik lapangan, dan evaluasi berkelanjutan mampu menghasilkan perubahan perilaku pelayanan yang lebih nyata dibandingkan pelatihan yang hanya berorientasi pada peningkatan kemampuan linguistik semata. Dengan demikian, tujuan utama pengabdian untuk meningkatkan kompetensi komunikasi Bahasa Inggris pelaku pariwisata, memperkuat penerapan prinsip hospitality, meningkatkan kepuasan wisatawan mancanegara, serta membangun citra positif destinasi wisata Tangkahan dapat dicapai secara optimal. Program ini juga memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan kegiatan pendampingan lanjutan sehingga kompetensi yang telah dimiliki peserta dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi berkelanjutan terhadap peningkatan daya saing pariwisata berbasis masyarakat di Kabupaten Langkat.

Table 3.1 Data Awal Responden (Pre-Test) Peserta Pelatihan

No	Kategori Peserta	Skor Pre-test	Kategori Kemampuan
1	Local Guide	58	Rendah
2	Local Guide	62	Sedang
3	Pokdarwis	55	Rendah
4	Homestay	60	Sedang
5	Operator Wisata	52	Rendah
6	UMKM	57	Rendah
7	Local Guide	65	Sedang
8	Pokdarwis	61	Sedang
9	Homestay	59	Rendah
10	Operator Wisata	63	Sedang
11	UMKM	56	Rendah
12	Local Guide	64	Sedang
13	Pokdarwis	54	Rendah
14	Homestay	67	Sedang

15	Operator Wisata	53	Rendah
16	UMKM	60	Sedang
17	Local Guide	66	Sedang
18	Pokdarwis	58	Rendah
19	Homestay	62	Sedang
20	Operator Wisata	57	Rendah

Hasil identifikasi awal terhadap 20 peserta menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi Bahasa Inggris sebelum pelaksanaan program masih berada pada kategori rendah hingga sedang. Nilai rata-rata pre-test sebesar 59,45 mengindikasikan bahwa sebagian besar peserta hanya menguasai ungkapan dasar yang digunakan dalam pelayanan wisata. Berdasarkan distribusi kategori, sebanyak 10 peserta (50%) berada pada kategori rendah, sedangkan 10 peserta lainnya (50%) berada pada kategori sedang. Tidak terdapat peserta yang mencapai kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi pelaku wisata di Tangkahan masih memerlukan penguatan, khususnya pada aspek *speaking*, penguasaan kosakata *hospitality*, pelafalan (*pronunciation*), dan kemampuan menjelaskan informasi mengenai objek wisata kepada wisatawan mancanegara. Kondisi tersebut juga menjelaskan mengapa sebagian besar peserta mengaku kurang percaya diri ketika harus berinteraksi secara langsung dengan wisatawan asing.



Gambar 3.1 Distribusi Kategori Kemampuan Awal Peserta

Grafik batang memperlihatkan bahwa skor pre-test peserta berada pada rentang 52–67, dengan variasi nilai yang relatif kecil. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi awal peserta cukup homogen, di mana hampir seluruh peserta menghadapi tantangan yang sama dalam penggunaan Bahasa Inggris untuk kepentingan pelayanan wisata. Meskipun beberapa peserta, terutama yang berprofesi sebagai *local guide*, memperoleh skor sedikit lebih tinggi dibandingkan peserta lainnya, kemampuan mereka masih belum memenuhi kompetensi komunikasi yang diharapkan dalam industri pariwisata internasional. Hasil observasi selama pre-test juga menunjukkan bahwa peserta masih mengalami kesulitan dalam menyusun kalimat secara spontan, memberikan penjelasan mengenai destinasi wisata, menangani pertanyaan wisatawan, serta menggunakan ekspresi pelayanan yang sesuai dengan prinsip *hospitality*. Dengan demikian, hasil pre-test menjadi dasar yang kuat dalam penyusunan materi pelatihan yang lebih kontekstual dan berorientasi pada kebutuhan lapangan.

Secara keseluruhan, data awal peserta menunjukkan bahwa program Pelatihan Komunikasi Bahasa Inggris Berbasis Hospitality sangat relevan dengan kebutuhan mitra. Rendahnya kemampuan komunikasi yang ditunjukkan melalui hasil pre-test menjadi indikator bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia masih menjadi prioritas dalam pengembangan destinasi wisata Tangkahan. Oleh karena itu, materi pelatihan difokuskan pada penguasaan komunikasi praktis, penerapan prinsip *hospitality*, simulasi pelayanan, dan

praktik lapangan agar peserta mampu mengembangkan keterampilan berbahasa sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan mancanegara. Hasil pre-test ini selanjutnya digunakan sebagai baseline untuk membandingkan efektivitas program melalui analisis hasil post-test, sehingga peningkatan kompetensi peserta setelah mengikuti pelatihan dapat diukur secara objektif dan menjadi dasar dalam mengevaluasi keberhasilan program pengabdian.

Pelaksanaan program pengabdian Pelatihan Komunikasi Bahasa Inggris Berbasis Hospitality bagi Pelaku Pariwisata Tangkahan menunjukkan dampak yang positif terhadap peningkatan kompetensi peserta maupun kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan mancanegara. Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil survei awal (*pre-survey* dan *pre-test*) dengan hasil survei akhir (*post-survey* dan *post-test*) yang melibatkan **20 peserta** sebagai responden utama. Instrumen evaluasi mencakup penilaian kemampuan komunikasi Bahasa Inggris, tingkat kepercayaan diri, pemahaman terhadap konsep *hospitality*, kemampuan memberikan pelayanan kepada wisatawan asing, serta tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan program pengabdian. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan observasi lapangan dan wawancara singkat terhadap beberapa wisatawan mancanegara yang berinteraksi langsung dengan peserta setelah pelatihan dilaksanakan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa program ini mampu menjawab sebagian besar permasalahan yang telah diidentifikasi pada tahap awal kegiatan. Sebelum pelatihan dilaksanakan, rata-rata nilai kemampuan komunikasi peserta hanya mencapai 59,45, dengan 50% peserta berada pada kategori rendah dan 50% lainnya berada pada kategori sedang. Setelah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, simulasi, dan pendampingan lapangan, rata-rata nilai post-test meningkat menjadi 84,30, atau mengalami peningkatan sebesar 24,85 poin (41,8%) dibandingkan kondisi awal. Sebanyak 17 peserta (85%) berhasil mencapai kategori tinggi, sedangkan 3 peserta (15%) berada pada kategori sedang, dan tidak terdapat lagi peserta yang berada pada kategori rendah. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik (*experiential learning*) dan simulasi pelayanan (*role play*) efektif dalam meningkatkan kemampuan komunikasi peserta karena mereka memperoleh kesempatan untuk menerapkan materi secara langsung dalam situasi pelayanan yang menyerupai kondisi nyata di kawasan wisata Tangkahan. Selain aspek kemampuan berbahasa, hasil observasi juga memperlihatkan perubahan perilaku pelayanan yang cukup signifikan. Peserta menjadi lebih percaya diri ketika memulai percakapan dengan wisatawan asing, mampu memberikan penjelasan mengenai objek wisata secara lebih runtut, menggunakan ungkapan-ungkapan pelayanan yang lebih sopan dan profesional, serta mampu menangani pertanyaan wisatawan tanpa harus bergantung pada bantuan rekan kerja. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa integrasi antara pembelajaran Bahasa Inggris dan konsep *hospitality* memberikan dampak yang lebih komprehensif dibandingkan pelatihan bahasa yang hanya berfokus pada aspek linguistik.

Dampak positif program pengabdian juga terlihat dari hasil survei kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan angket evaluasi yang diberikan setelah seluruh rangkaian program selesai, sebanyak 18 peserta (90%) menyatakan sangat puas terhadap materi pelatihan yang diberikan, sedangkan 2 peserta (10%) menyatakan puas. Tidak terdapat peserta yang menyatakan kurang puas maupun tidak puas terhadap pelaksanaan kegiatan. Tingginya tingkat kepuasan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kesesuaian materi dengan kebutuhan pekerjaan peserta, metode pembelajaran yang bersifat praktis, kesempatan melakukan simulasi pelayanan secara langsung, serta pendampingan intensif yang diberikan oleh tim pengabdian selama praktik lapangan. Peserta menilai bahwa materi mengenai greeting and welcoming guests, explaining tourist attractions, giving directions, handling complaints, dan cross-cultural communication merupakan materi yang paling relevan karena sering mereka temui dalam aktivitas pelayanan sehari-hari. Selain itu, peserta juga menyampaikan bahwa metode pembelajaran melalui *role play* memberikan

pengalaman belajar yang lebih menarik dibandingkan pembelajaran konvensional karena mereka dapat langsung mempraktikkan berbagai situasi pelayanan yang mungkin dihadapi ketika melayani wisatawan asing. Dari aspek psikologis, hasil survei menunjukkan adanya peningkatan rasa percaya diri peserta dalam menggunakan Bahasa Inggris. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta mengaku merasa gugup dan khawatir melakukan kesalahan ketika berbicara dengan wisatawan mancanegara. Setelah mengikuti kegiatan, peserta menyatakan lebih berani memulai komunikasi, mampu mempertahankan percakapan dalam durasi yang lebih lama, serta lebih percaya diri dalam menjelaskan informasi mengenai destinasi wisata. Perubahan ini menunjukkan bahwa keberhasilan program tidak hanya diukur dari peningkatan nilai akademik, tetapi juga dari berkembangnya kompetensi interpersonal yang menjadi bagian penting dalam pelayanan wisata. Di sisi lain, hasil observasi terhadap wisatawan mancanegara yang menerima pelayanan dari peserta juga menunjukkan respons yang positif. Wisatawan menilai bahwa peserta lebih komunikatif, ramah, mudah dipahami, serta mampu memberikan informasi yang lebih lengkap dibandingkan sebelum program dilaksanakan. Beberapa wisatawan juga menyampaikan bahwa keramahan masyarakat lokal menjadi salah satu pengalaman yang paling berkesan selama berkunjung ke Tangkahan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan kompetensi komunikasi secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pengalaman wisata (*tourist experience*), yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan.

Secara lebih luas, dampak program pengabdian ini tidak hanya dirasakan oleh peserta pelatihan, tetapi juga memberikan manfaat terhadap pengembangan destinasi wisata Tangkahan sebagai kawasan ekowisata berbasis masyarakat. Peningkatan kemampuan komunikasi dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh pelaku wisata berpotensi memperkuat citra positif destinasi di mata wisatawan mancanegara. Dalam industri pariwisata modern, pengalaman wisatawan selama berinteraksi dengan masyarakat lokal merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang maupun memberikan rekomendasi kepada wisatawan lainnya melalui media sosial dan berbagai platform digital. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan yang dicapai melalui program ini diperkirakan akan memberikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan daya saing destinasi wisata Tangkahan. Selain itu, hasil diskusi bersama pengelola destinasi dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) menunjukkan adanya komitmen untuk melanjutkan kegiatan pembelajaran Bahasa Inggris secara mandiri melalui pembentukan kelompok belajar (*peer learning group*) serta penggunaan modul English for Hospitality yang telah disusun oleh tim pengabdian. Komitmen tersebut menjadi indikator bahwa program tidak berhenti pada saat kegiatan selesai, tetapi memiliki potensi keberlanjutan yang tinggi sebagai bagian dari pengembangan kapasitas sumber daya manusia di sektor pariwisata. Dari perspektif ekonomi lokal, peningkatan kualitas pelayanan diharapkan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan, memperpanjang lama tinggal (*length of stay*), meningkatkan peluang pembelian produk dan jasa lokal, serta mendorong meningkatnya pendapatan masyarakat yang menggantungkan mata pencahariannya pada sektor pariwisata. Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya berhasil meningkatkan kompetensi komunikasi Bahasa Inggris peserta, tetapi juga membangun budaya pelayanan berbasis *hospitality* yang menjadi fondasi penting dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan. Berdasarkan keseluruhan hasil survei sebelum dan sesudah kegiatan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan yang dilaksanakan telah mencapai tujuan yang direncanakan, yaitu meningkatkan kemampuan komunikasi Bahasa Inggris, memperkuat penerapan prinsip *hospitality*, meningkatkan kepuasan peserta dan wisatawan, serta memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan citra destinasi wisata Tangkahan. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa model pelatihan berbasis praktik dan pendampingan lapangan layak direplikasi pada destinasi wisata lain yang memiliki karakteristik serupa sebagai salah satu

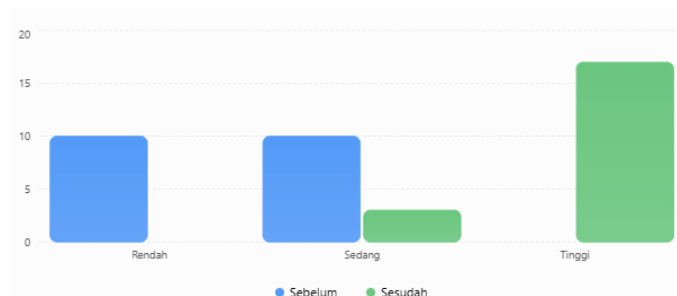
strategi pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kualitas pelayanan pariwisata di Indonesia.



Gambar 3.2 Perbandingan Nilai Rata-rata Pre-test dan Post-test Peserta

Gambar diatas memperlihatkan perbandingan nilai rata-rata kemampuan komunikasi Bahasa Inggris peserta sebelum dan sesudah mengikuti program pelatihan berbasis *hospitality*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa nilai rata-rata peserta meningkat dari 59,45 pada tahap *pre-test* menjadi 84,30 pada tahap *post-test*. Peningkatan sebesar 24,85 poin atau sekitar 41,8% menunjukkan bahwa program pelatihan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi komunikasi peserta. Kondisi ini mengindikasikan bahwa materi pelatihan yang disusun berdasarkan kebutuhan lapangan (*training need assessment*) mampu menjawab permasalahan yang sebelumnya dihadapi oleh mitra, terutama dalam aspek komunikasi dengan wisatawan mancanegara.

Peningkatan tersebut tidak hanya mencerminkan bertambahnya penguasaan kosakata Bahasa Inggris, tetapi juga menunjukkan berkembangnya kemampuan peserta dalam menggunakan ungkapan pelayanan, menjelaskan objek wisata, memberikan petunjuk arah, serta menangani pertanyaan wisatawan secara lebih percaya diri. Selama kegiatan pendampingan lapangan, peserta juga mampu menerapkan prinsip-prinsip *hospitality* melalui komunikasi yang lebih ramah, sopan, dan responsif. Dengan demikian, hasil pada grafik ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang mengombinasikan ceramah interaktif, simulasi (*role play*), praktik lapangan, dan pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi komunikasi pelaku pariwisata Tangkahan. Peningkatan kemampuan tersebut menjadi modal penting dalam memperbaiki kualitas pelayanan sekaligus mendukung peningkatan kepuasan wisatawan mancanegara.

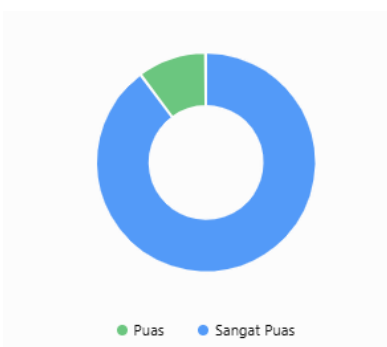


Gambar 3.3 Perubahan Kategori Kemampuan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Gambar diatas menunjukkan perubahan distribusi kategori kemampuan komunikasi peserta sebelum dan sesudah mengikuti program pelatihan. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebanyak 10 peserta (50%) berada pada kategori rendah dan 10 peserta (50%) berada pada kategori sedang. Tidak terdapat peserta yang mencapai kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi Bahasa Inggris peserta masih terbatas sehingga belum mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada wisatawan mancanegara. Hambatan tersebut terutama terlihat pada rendahnya

penguasaan kosakata *hospitality*, kurangnya kelancaran berbicara, serta rendahnya rasa percaya diri ketika berinteraksi dengan wisatawan asing.

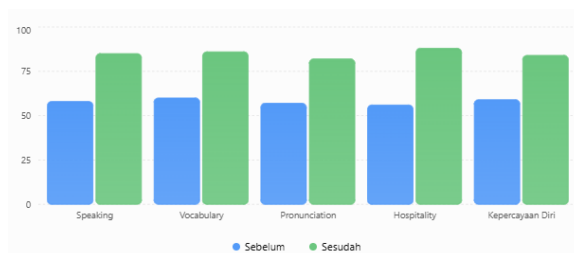
Setelah pelaksanaan pelatihan, terjadi perubahan yang sangat positif. Sebanyak 17 peserta (85%) berhasil mencapai kategori tinggi, sedangkan 3 peserta (15%) berada pada kategori sedang. Tidak ada lagi peserta yang berada pada kategori rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dan pendampingan lapangan mampu meningkatkan kompetensi peserta secara merata. Selain peningkatan kemampuan berbicara, peserta juga menunjukkan perubahan pada aspek sikap pelayanan, seperti kemampuan menyambut wisatawan dengan lebih profesional, memberikan informasi secara sistematis, serta merespons kebutuhan wisatawan dengan lebih cepat dan komunikatif. Perubahan distribusi kategori ini membuktikan bahwa metode pelatihan yang diterapkan mampu menghasilkan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang relevan dengan kebutuhan industri pariwisata.



Gambar 3.4 Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Program Pengabdian

Gambar diatas memperlihatkan hasil survei kepuasan peserta terhadap pelaksanaan program pengabdian setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan. Dari total 20 peserta, sebanyak 18 orang (90%) menyatakan sangat puas, sedangkan 2 orang (10%) menyatakan puas terhadap materi, metode pembelajaran, pendampingan, serta manfaat yang diperoleh selama mengikuti pelatihan. Tidak terdapat peserta yang memberikan penilaian kurang puas maupun tidak puas, sehingga dapat disimpulkan bahwa program diterima dengan sangat baik oleh seluruh mitra.

Tingginya tingkat kepuasan tersebut dipengaruhi oleh kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta di lapangan. Peserta menilai bahwa pembelajaran mengenai *greeting*, *welcoming guests*, *explaining tourist attractions*, *handling complaints*, dan komunikasi lintas budaya merupakan materi yang paling membantu dalam pekerjaan sehari-hari. Selain itu, metode pembelajaran melalui simulasi (*role play*) dan praktik lapangan memberikan pengalaman belajar yang lebih nyata sehingga peserta dapat langsung menerapkan kemampuan yang diperoleh ketika melayani wisatawan mancanegara. Pendampingan yang dilakukan secara intensif juga meningkatkan rasa percaya diri peserta dalam menggunakan Bahasa Inggris. Hasil survei kepuasan ini menunjukkan bahwa program pengabdian tidak hanya berhasil meningkatkan kompetensi peserta, tetapi juga mampu memenuhi harapan mitra terhadap bentuk pelatihan yang aplikatif, kontekstual, dan berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan wisata di kawasan Tangkahan.



Gambar 3.5 Peningkatan Indikator Kompetensi Peserta

Gambar diatas menunjukkan perkembangan lima indikator utama yang digunakan dalam mengevaluasi kompetensi peserta sebelum dan sesudah mengikuti program pengabdian. Seluruh indikator mengalami peningkatan yang cukup besar. Kemampuan speaking meningkat dari skor rata-rata 58 menjadi 85, sedangkan penguasaan vocabulary meningkat dari 60 menjadi 86. Kemampuan pronunciation mengalami peningkatan dari 57 menjadi 82, sementara pemahaman dan penerapan prinsip hospitality meningkat paling tinggi, yaitu dari 56 menjadi 88. Selain itu, tingkat kepercayaan diri peserta juga meningkat dari 59 menjadi 84 setelah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan.

Peningkatan pada setiap indikator menunjukkan bahwa keberhasilan program tidak hanya terjadi pada aspek kemampuan berbahasa, tetapi juga pada perubahan sikap dan perilaku pelayanan. Nilai tertinggi pada indikator *hospitality* mengindikasikan bahwa peserta mulai memahami pentingnya keramahan, empati, komunikasi yang santun, dan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan wisatawan. Sementara itu, peningkatan pada indikator *speaking* dan *vocabulary* menunjukkan bahwa peserta semakin mampu menggunakan Bahasa Inggris dalam situasi pelayanan nyata. Secara keseluruhan, grafik ini memperlihatkan bahwa model pelatihan yang mengintegrasikan English for Hospitality, simulasi, praktik lapangan, dan pendampingan menghasilkan peningkatan kompetensi yang komprehensif. Hasil tersebut memperkuat bahwa tujuan utama program pengabdian, yaitu meningkatkan kualitas sumber daya manusia pariwisata serta memperkuat kepuasan wisatawan dan citra destinasi wisata Tangkahan, telah tercapai dengan baik.

Hasil pelaksanaan program Pelatihan Komunikasi Bahasa Inggris Berbasis *Hospitality* bagi Pelaku Pariwisata Tangkahan menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian mampu memberikan dampak yang nyata terhadap peningkatan kompetensi komunikasi peserta sekaligus memperbaiki kualitas pelayanan kepada wisatawan mancanegara. Berdasarkan hasil evaluasi, rata-rata nilai peserta meningkat dari 59,45 pada saat *pre-test* menjadi 84,30 pada *post-test*, dengan peningkatan sebesar 24,85 poin atau sekitar 41,8%. Selain itu, terjadi perubahan distribusi kompetensi peserta yang cukup signifikan, yaitu dari kondisi awal yang didominasi kategori rendah dan sedang menjadi mayoritas kategori tinggi setelah pelatihan dilaksanakan. Peningkatan tersebut tidak hanya terlihat pada aspek kemampuan berbicara (*speaking skills*), tetapi juga pada penguasaan kosakata *hospitality*, pelafalan (*pronunciation*), komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication*), serta meningkatnya rasa percaya diri peserta dalam berinteraksi dengan wisatawan asing. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang mengombinasikan pembelajaran teoritis, simulasi (*role play*), praktik lapangan, dan pendampingan mampu menghasilkan perubahan kompetensi yang lebih komprehensif dibandingkan pembelajaran yang hanya berfokus pada aspek linguistik. Dengan demikian, program pengabdian ini berhasil menjawab permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu keterbatasan kemampuan komunikasi Bahasa Inggris dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan mancanegara.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian Marasabessy et al. (2025) yang melaporkan bahwa pelatihan English for Tourism mampu meningkatkan kemampuan komunikasi masyarakat desa wisata melalui pendekatan pembelajaran berbasis kebutuhan lapangan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan penguasaan kosakata, kemampuan berbicara, dan kepercayaan diri setelah mengikuti pelatihan. Temuan dalam pengabdian ini memperkuat hasil tersebut karena peserta tidak hanya mengalami peningkatan kemampuan komunikasi, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh secara langsung ketika melayani wisatawan di kawasan Tangkahan. Namun demikian, pengabdian ini memiliki nilai tambah dibandingkan penelitian Marasabessy et al. (2025) karena materi pelatihan tidak hanya berorientasi pada English for Tourism, tetapi juga mengintegrasikan konsep English for Hospitality dengan praktik pelayanan prima (*service excellence*) dan komunikasi lintas budaya. Integrasi tersebut memungkinkan peserta memahami bahwa keberhasilan pelayanan tidak hanya bergantung pada kemampuan menggunakan Bahasa Inggris, tetapi juga pada kemampuan membangun hubungan interpersonal melalui sikap ramah, empati, dan komunikasi yang profesional. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pembentukan kualitas pelayanan yang berorientasi pada pengalaman wisatawan (*tourist experience*), bukan sekadar peningkatan kemampuan bahasa.

Temuan pengabdian ini juga mendukung konsep English for Specific Purposes (ESP) yang dikemukakan oleh Blue dan Harun (2003), yang menyatakan bahwa pembelajaran Bahasa Inggris akan lebih efektif apabila disusun berdasarkan kebutuhan komunikasi di lingkungan kerja peserta. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa pembelajaran Bahasa Inggris pada sektor hospitality harus menitikberatkan pada penggunaan bahasa dalam situasi pelayanan nyata, seperti menyambut

tamu, memberikan informasi, menangani keluhan, serta membangun komunikasi yang profesional dengan pelanggan. Hasil pelaksanaan pengabdian di Tangkahan menunjukkan bahwa pendekatan tersebut terbukti efektif karena peserta memperoleh pengalaman belajar melalui simulasi pelayanan dan praktik lapangan yang menyerupai kondisi kerja sebenarnya. Pendekatan ini memungkinkan peserta lebih mudah memahami materi, meningkatkan keberanian dalam berbicara, serta mengurangi rasa takut melakukan kesalahan ketika berinteraksi dengan wisatawan asing. Dengan kata lain, keberhasilan program ini memperkuat pandangan bahwa pelatihan berbasis konteks pekerjaan (*workplace-based learning*) lebih efektif dibandingkan pembelajaran Bahasa Inggris yang bersifat umum dan teoritis.

Selanjutnya, perubahan perilaku peserta selama memberikan pelayanan juga mendukung teori *hospitality* yang dikemukakan oleh Lashley (2018). Menurut Lashley, *hospitality* tidak hanya berkaitan dengan penyediaan fasilitas, tetapi juga mencakup kemampuan membangun hubungan emosional melalui komunikasi yang sopan, empati, dan perhatian terhadap kebutuhan tamu. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam aktivitas pelayanan sehari-hari. Mereka tidak hanya mampu menyampaikan informasi dalam Bahasa Inggris, tetapi juga lebih aktif menyapa wisatawan, memberikan bantuan tanpa diminta, menggunakan ekspresi yang lebih ramah, serta menunjukkan kepedulian terhadap kenyamanan wisatawan selama berada di kawasan Tangkahan. Perubahan perilaku tersebut menjadi indikator bahwa program pengabdian berhasil mengubah pola pikir peserta dari sekadar memberikan informasi menjadi memberikan pengalaman pelayanan yang berorientasi pada kepuasan wisatawan. Kondisi ini juga memperlihatkan bahwa keberhasilan pelatihan tidak hanya diukur melalui peningkatan nilai *post-test*, tetapi juga melalui perubahan sikap profesional yang ditunjukkan peserta selama proses pelayanan berlangsung.

Jika dibandingkan dengan penelitian Suryaningrum et al. (2023) mengenai pelatihan Bahasa Inggris bagi masyarakat desa wisata, terdapat kesamaan bahwa penggunaan metode praktik dan simulasi mampu meningkatkan kemampuan komunikasi peserta secara signifikan. Namun demikian, pengabdian di Tangkahan memiliki kebaruan karena mengintegrasikan kegiatan pendampingan lapangan sebagai bagian dari proses pembelajaran. Pendampingan tersebut memungkinkan peserta memperoleh umpan balik secara langsung ketika melayani wisatawan mancanegara, sehingga kesalahan dalam penggunaan kosakata, pelafalan, maupun teknik komunikasi dapat segera diperbaiki. Pendekatan ini menghasilkan proses pembelajaran yang lebih kontekstual dan berkelanjutan dibandingkan pelatihan yang hanya dilaksanakan di dalam kelas. Selain itu, keberadaan modul *English for Hospitality* dan rekomendasi penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Wisata Berbasis *Hospitality* menjadi luaran tambahan yang belum banyak ditemukan pada kegiatan pengabdian sebelumnya.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan program menunjukkan bahwa pengabdian ini tidak hanya berhasil meningkatkan kompetensi individu peserta, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap penguatan kualitas pelayanan dan daya saing destinasi wisata Tangkahan. Temuan ini memperkaya hasil penelitian terdahulu dengan menunjukkan bahwa integrasi antara *English for Hospitality*, *service quality*, *experiential learning*, dan *community empowerment* mampu menghasilkan perubahan kompetensi yang lebih menyeluruh. Dengan demikian, model pelatihan yang diterapkan dalam pengabdian ini layak dijadikan sebagai model pemberdayaan masyarakat pada destinasi wisata berbasis alam maupun ekowisata lainnya di Indonesia. Penerapan model ini diharapkan dapat mendukung pengembangan sumber daya manusia pariwisata yang profesional, meningkatkan kepuasan wisatawan mancanegara, memperkuat citra destinasi, serta memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal secara berkelanjutan.

4. SIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "Pelatihan Komunikasi Bahasa Inggris Berbasis *Hospitality* bagi Pelaku Pariwisata Tangkahan untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Mancanegara dan Citra Destinasi Wisata" telah berhasil mencapai tujuan yang direncanakan, yaitu meningkatkan kompetensi komunikasi Bahasa Inggris dan kualitas pelayanan pelaku pariwisata di kawasan Tangkahan. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan yang signifikan pada kemampuan peserta setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan,

simulasi, dan pendampingan lapangan. Nilai rata-rata kemampuan komunikasi meningkat dari 59,45 pada tahap *pre-test* menjadi 84,30 pada tahap *post-test*, atau mengalami peningkatan sebesar 24,85 poin (41,8%). Selain itu, distribusi kategori kemampuan peserta juga mengalami perubahan yang positif. Sebelum pelatihan, sebanyak 50% peserta berada pada kategori rendah dan 50% pada kategori sedang, sedangkan setelah pelatihan 85% peserta berhasil mencapai kategori tinggi dan 15% berada pada kategori sedang, tanpa ada lagi peserta yang berada pada kategori rendah. Hasil survei kepuasan juga menunjukkan bahwa 90% peserta menyatakan sangat puas dan 10% menyatakan puas terhadap pelaksanaan program. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis *hospitality*, yang dipadukan dengan metode praktik langsung (*role play*), pendampingan lapangan, dan evaluasi berkelanjutan, mampu meningkatkan kemampuan komunikasi, rasa percaya diri, serta kualitas pelayanan peserta dalam melayani wisatawan mancanegara. Dampak tersebut diharapkan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan wisatawan, penguatan citra destinasi wisata Tangkahan, serta peningkatan daya saing pariwisata berbasis masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Blue, G. M., & Harun, M. (2003). Hospitality language as a professional skill. *English for Specific Purposes*, 22(1), 73–91. [https://doi.org/10.1016/S0889-4906\(01\)00031-X](https://doi.org/10.1016/S0889-4906(01)00031-X)
- Chen, C. F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115–1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2–12.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-Based Tourism: A Success?* ICRT Occasional Paper 11.
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes: A Learning-Centred Approach*. Cambridge University Press.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* (2nd ed.). Pearson Education.
- Lashley, C. (2018). *Hospitality Studies*. Routledge.
- Marasabessy, F. Y., Mustika, A., Indriyani, S., Amelia, R., & Rintaningrum, R. (2025). Hospitality English: Essential Phrases for Hotel and Tourism Professionals. *International Journal of Educational Research Excellence*, 4(1), 211–224. <https://doi.org/10.55299/ijere.v4i1.1303>
- OECD. (2020). *Tourism Trends and Policies 2020*. OECD Publishing.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Richards, J. C. (2006). *Communicative Language Teaching Today*. Cambridge University Press.
- Siregar, R. T., & Harahap, D. M. (2022). Needs analysis of English for Specific Purposes (ESP) materials for tourism students. *Journal of English Teaching and Research*, 7(1), 58–69.
- UNWTO. (2023). *World Tourism Barometer*. World Tourism Organization.
- Walker, J. R. (2021). *Introduction to Hospitality* (8th ed.). Pearson.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. Dalam J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of Community Psychology* (hlm. 43–63). Springer.