

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata semakin berkembang pesat di dunia. Industri ini sangat berperan penting dalam sektor perekonomian Indonesia, tidak hanya dapat menciptakan lapangan kerja, tetapi juga sebagai sumber devisa negara. Ketua Umum Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Haryadi Sukamdani (cnnindonesia, 2018) mengatakan bahwa sektor pariwisata telah menjadi *core business* Indonesia. Industri ini tidak hanya mudah dan cepat tetapi juga membuka lapangan kerja paling besar, penyumbang devisa dan PDB (cnnindonesia, 2018). Devisa tahun 2017 dari sektor pariwisata mencapai 16,8 miliar dolar AS (Febrinastri, 2018). Siaran pers dari kementerian pariwisata menyatakan bahwa pada akhir 2018 devisa dari sektor pariwisata mencapai angka 19,29 miliar dolar AS (Sakti, 2019). Masih dalam siaran pers Kementerian Pariwisata (Sakti, 2019), jumlah devisa tersebut didapat dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berdasarkan Badan Pusat Statistik tahun 2018. Devisa pariwisata mengalahkan devisa migas. Data BPS (2018) menunjukkan devisa migas pada tahun 2017 adalah sebesar 15,7 miliar dolar AS, dan tahun 2018 mencapai 17,2 miliar dolar AS. Menurut data Badan Pusat Statistik (2019), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara menurut kebangsaan dan bulan kedatangan tahun 2017 adalah sebesar 14 juta, dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 15,8 juta.

Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, disini bisnis perhotelan memiliki peranan penting di sektor pariwisata ini. Untuk menjalankan sebuah bisnis perhotelan, pastinya dibutuhkan sertifikat dan standar usaha hotel, seperti yang sudah tertera dalam Permen Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 53 Bab 2 Pasal 4 Ayat (1). Menurut Bab 3 pasal 5 ayat 1, standar usaha hotel yang wajib dipenuhi adalah produk, pelayanan, dan pengelolaan. Pelayanan berkaitan dengan operasional dan staf hotel. Pelayanan adalah setiap manfaat atau kegiatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang dimana pada dasarnya tidak berwujud dan juga tidak berakibat kepemilikan sesuatu (Kotler, 2009; dalam Susilo, Haryono, & Mukery W, 2018). Dalam (Darwin, 2016) menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1985), sepuluh faktor utama dalam menentukan

kualitas kepuasan pelanggan adalah pelayanan. Inti pokok dari pelayanan yang diberikan dalam bisnis perhotelan adalah kepuasan pelanggan (Wibiksana & Estikowati, 2016). Apabila setiap staf hotel mempunyai dan menggunakan komunikasi yang baik dan benar, maka tamu hotel akan merasa sangat dihargai (Wibiksana & Estikowati, 2016). Komunikasi berperan sangat penting dalam menunjang segala kebutuhan tamu supaya *miscommunication* tidak terjadi (Wibisana & Estikowati, 2016).

Komunikasi yang sering dipakai dalam dunia perhotelan adalah komunikasi secara lisan. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara di Indonesia dan untuk memastikan kualitas layanan perhotelan, tentunya menuntut para staf hotel untuk bisa berkomunikasi dalam bahasa asing dengan baik dengan para wisatawan tersebut. Dalam bisnis perhotelan, Bahasa Inggris digunakan sebagai *lingua franca* dan yang paling sering digunakan dalam industri perhotelan di seluruh dunia (Garrido & Iborra, 2006; Blue & Harun, 2003). Keterampilan Bahasa Inggris dianggap sebagai prasyarat untuk kesuksesan ekonomi (Vandermeeren, 2005).

Di dalam suatu bisnis hotel, terdapat banyak sekali departemen-departemen yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama. Namun, staf yang berhubungan atau berinteraksi langsung dengan tamu, atau yang kita kenal dengan *frontliner* mempunyai tanggung jawab yang besar untuk bisa memenuhi kepuasan pelanggan. Staf *frontliner* hotel tidak hanya harus mampu memiliki interaksi yang baik dengan pelanggan, namun juga harus mampu bertanggung jawab untuk menangani permintaan dan keluhan pelanggan (Karatepe, 2013: 908; dalam Azifahtunnasifah. 2017: 15-16). Staf *frontliner* dalam industri hotel terdiri atas staf *front office*, *food & beverage service*, dan *housekeeping* (Jatmiko, 2016). *Frontliner* seringkali ditantang oleh emosi permintaan pelanggan mereka (Karatepe, 2011, 2014; dalam Choo, 2017). Hal ini tentunya menuntut para *frontliner* untuk bisa menangani emosi permintaan pelanggan dengan baik dan benar.

Namun, Staf profesional di industri perhotelan tidak hanya membutuhkan kompetensi komunikatif, tetapi juga dibutuhkan kemampuan pragmatik (Garrido & Iborra, 2006; Vandermeer, 2005). Hal ini disetujui oleh Blum Kulka (1982), Ia menyatakan bahwa komunikasi yang efektif dalam bahasa apa pun membutuhkan

lebih dari sekadar pengetahuan linguistik, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menghasilkan dan memahami ucapan dalam bahasa itu dengan tepat. Interaksi bisnis sering dipengaruhi oleh pengetahuan sociolinguistik dan pragmatik yang terbatas (Vandermeeren, 2005). Gangguan komunikasi baik pada tingkat linguistik dan pragmatik di dalam bisnis apapun dapat merusak hubungan pelanggan atau kehilangan kontrak (Vande Berg, 1997). Dengan demikian, komunikasi yang baik dan efektif tidak hanya bergantung pada kemampuan tata bahasa, tetapi juga diperlukan kesadaran akan kemampuan pragmatik.

Di saat staf hotel melakukan komunikasi dengan tamu hotel, kesopanan merupakan peran yang sangat penting dalam komunikasi tersebut. Kesopanan adalah salah satu bagian dari kemampuan pragmatik (Sirikhan, 2010). Keramahan di bisnis perhotelan adalah keramahan 'komersial'. Interaksi antara karyawan hotel dan tamu hotel merupakan transaksi bisnis yang bertujuan untuk biaya dan keuntungan (Blue & Harun, 2003). Dengan demikian, hubungan antara karyawan hotel dan tamu tidaklah bisa seramah seperti yang terjadi di dalam kehidupan pribadi. Tingkat kesopanan dapat tercermin dari kekuasaan, *social distance*, dan pangkat, hal ini harus sangat serius dipertimbangkan dalam interaksi antara karyawan hotel dan tamu hotel (Sirikhan, 2010). Maka dari itu, ketika melakukan komunikasi dengan tamu hotel, karyawan hotel sebaiknya menggunakan strategi kesopanan untuk mempertahankan hubungan yang positif. Jika karyawan hotel gagal dalam menyampaikan atau menggunakan tingkat kesopanan yang benar dan sesuai, dapat mengakibatkan hilangnya peluang bisnis.

Di antara tindak tutur yang kita lakukan dalam sehari-hari, permintaan maaf sering digunakan dalam percakapan (Thijittang, 2010). Dalam industri perhotelan, kerap kali kita menemukan situasi dimana tamu hotel memberikan keluhan terhadap sesuatu yang tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Tentunya jika hal ini terjadi, hal yang paling awal diungkapkan oleh staf hotel adalah permintaan maaf. Fungsi dari permintaan maaf itu sendiri adalah untuk mengembalikan dan menjaga keharmonisan antara pembicara dan pendengar (Thijittang, 2010). Seperti tindak tutur lainnya, permintaan dan penolakan, permintaan maaf adalah '*face-threatening*' atau tindakan tidak menyenangkan (Brown & Levinson, 1987). Dengan demikian

pemahaman penuh tentang penggunaannya harus dituntut untuk menghindari miskomunikasi.

Untuk yang ingin bekerja di luar negeri, beberapa industri mengharuskan untuk mempunyai sertifikat Bahasa Inggris. Sertifikat tersebut bisa berupa TOEFL, TOEIC, dan IELTS. Akan tetapi hasil atau skor penilaian dari TOEIC tidak bisa menunjukkan tindakan atau perilaku spesifik yang dilakukan kandidat dalam situasi nyata (Sirikhan, 2010). Nilai dari tes kecakapan lainnya seperti TOEFL dan IELTS tidak berkorelasi dengan kemampuan pragmatik (Liu, 2006). Belum tentu yang mempunyai nilai lebih tinggi memiliki kemampuan pragmatik yang bagus. Begitu juga dengan kandidat yang mempunyai pengalaman magang di luar negeri, belum tentu mempunyai kemampuan pragmatik yang bagus. Oleh karena itu, untuk menyediakan pekerja hotel yang berkualitas yang memiliki keterampilan bahasa Inggris lebih baik saat berkomunikasi, diperlukannya kesadaran untuk juga fokus terhadap kemampuan pragmatik mahasiswa hotel bisnis. Sehingga dalam karir mereka di masa depan, mereka dapat bertindak tutur secara pragmatik yang sesuai dengan kompetensi Bahasa Inggris. Dengan demikian, disini saya ingin melakukan analisis kemampuan pragmatik dalam meminta maaf mahasiswa bisnis perhotelan Universitas Agung Podomoro, melakukan penelitian apakah ada perbedaan kemampuan strategi meminta maaf antara mahasiswa yang melakukan magang di luar negeri dan magang di dalam negeri, menginvestigasi apakah ada kesamaan dan perbedaan fitur linguistik yang terkait dengan kemampuan pragmatik saat melakukan permintaan maaf antara mahasiswa magang di luar negeri dan mahasiswa magang di dalam negeri, dan melakukan analisis strategi meminta maaf para responden berdasarkan pengalaman mereka ketika magang kemarin.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan, berikut ini adalah beberapa permasalahan yang akan dibahas di penelitian ini:

1. Belum diketahui kemampuan pragmatik dalam meminta maaf menggunakan Bahasa Inggris mahasiswa bisnis perhotelan Universitas Agung Podomoro (UAP) angkatan 2016 dan 2017.

2. Belum diketahui apakah ada perbedaan strategi meminta maaf antara mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dengan angkatan 2017.
3. Belum diketahui apakah ada persamaan dan perbedaan fitur linguistik yang terkait dengan kemampuan pragmatik saat melakukan permintaan maaf antara mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dengan angkatan 2017.
4. Belum diketahui bagaimana strategi meminta maaf mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dan angkatan 2017 berdasarkan pengalaman magang kemarin.
5. Belum diketahui bagaimana pandangan mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dan angkatan 2017 terhadap kemampuan meminta maaf dalam dunia perhotelan.

1.3 Rumusan Penelitian

Dari permasalahan yang dijabarkan sebelumnya, berikut adalah beberapa perumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana kemampuan pragmatik dalam meminta maaf menggunakan Bahasa Inggris mahasiswa bisnis perhotelan Universitas Agung Podomoro angkatan 2016 dan angkatan 2017?
2. Apakah ada perbedaan strategi meminta maaf antara mahasiswa bisnis perhotelan Universitas Agung Podomoro angkatan 2016 dengan angkatan 2017?
3. Apakah ada kesamaan dan perbedaan pada fitur linguistik yang terkait dengan kemampuan pragmatik saat melakukan permintaan maaf antara mahasiswa bisnis perhotelan Universitas Agung Podomoro angkatan 2016 dengan angkatan 2017?
4. Bagaimana strategi meminta maaf mahasiswa bisnis perhotelan Universitas Agung Podomoro angkatan 2016 dan angkatan 2017 berdasarkan dari pengalaman magang kemarin?
5. Bagaimana pandangan mahasiswa bisnis perhotelan Universitas Agung Podomoro angkatan 2016 dan angkatan 2017 terhadap kemampuan meminta maaf dalam dunia perhotelan?

1.4 Batasan Penelitian

Written Discourse Completion Test mengenai situasi yang mungkin ditemukan di *Front Desk*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Bagi Fakultas Bisnis Pariwisata, dosen dan pengajar di universitas jurusan pariwisata maupun sekolah tinggi pariwisata, diharapkan dapat mempertimbangkan untuk memberikan pelajaran pragmatik dalam meminta maaf kepada mahasiswa bisnis perhotelan. Bagi mahasiswa jurusan perhotelan, kiranya dapat lebih sadar akan pentingnya pengetahuan dan kemampuan pragmatik dalam berkomunikasi. Yang terakhir, bagi pembaca, kiranya penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Bagi peneliti lainnya, diharapkan dapat membahas topik lain selain meminta maaf, atau dengan subjek yang berbeda, dan dengan tes yang berbeda.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dari studi penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I: membahas tentang latar belakang, ruang lingkup masalah, rumusan penelitian, Batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: membahas tentang landasan teori pragmatik, aspek pragmatik yang terdiri dari tindak tutur dan kesopanan, ekspresi meminta maaf, kemampuan pragmatik dalam meminta maaf, *frontliner* hotel, pelayanan prima (*service excellence*), *discourse completion test*, magang, dan kerangka berpikir.

Bab III: membahas tentang metode penelitian, waktu dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan teknik sampling, dan teknik analisis data.

Bab IV: membahas tentang gambaran umum penelitian, profil demografi responden, hasil penelitian yang terdiri dari kemampuan pragmatik dalam meminta maaf menggunakan Bahasa Inggris mahasiswa bisnis perhotelan Universitas Agung Podomoro (UAP) angkatan 2016 dan 2017, strategi meminta maaf Mahasiswa Bisnis Perhotelan UAP Angkatan 2016 & 2017, penggunaan fitur linguistik mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dan 2017 terkait kemampuan

pragmatik dalam melakukan permintaan maaf, strategi meminta maaf mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dan 2017 berdasarkan pengalaman magang semester 3, dan kemampuan meminta maaf dalam dunia perhotelan menurut mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dan 2017. Dan pembahasan yang terdiri dari tingkat kemampuan pragmatik dalam meminta maaf menggunakan Bahasa Inggris mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dan 2017, strategi meminta maaf antara mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dan 2017, kesamaan dan perbedaan dalam penggunaan fitur linguistik terkait kemampuan pragmatik dalam meminta maaf antara mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dan 2017, analisis strategi meminta maaf mahasiswa bisnis perhotelan UAP angkatan 2016 dan 2017 berdasarkan pengalaman magang semester 3, dan pandangan mahasiswa bisnis perhotelan UAP Angkatan 2016 dan 2017 terhadap kemampuan meminta maaf dalam dunia perhotelan.

Bab V: membahas tentang kesimpulan dan saran dari studi penelitian ini.

