



**PENTINGNYA KOMUNIKASI BERBAHASA INGGRIS KEPADA TAMU DI
BANQUET SERVICE HOTEL MANDARIN ORIENTAL JAKARTA**

Oleh

Widha Raditia¹, Ardi Mularsari²

Program Studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional Jakarta,
Jakarta Selatan

E-mail: ¹raditiawidha22@gmail.com, ²ardimularsari@yahoo.com

Abstract

Banquet service is a service that includes events or activities in a hotel company by providing food and beverage services and includes Dinners, Conferences, and Wedding Parties. This research was conducted at Mandarin Oriental Hotel Jakarta to master one of the foreign languages, especially English so that there is no miss understanding in pronunciation to guests by banquet service at the Mandarin Oriental Jakarta hotel. This English communication plays an important role in Mandarin Oriental Hotel Jakarta, because English communication is a skill that every employee must have, with a good and correct mastery of English communication, the hotel's performance system will be more advanced. The purpose of this study is also to provide English communication services to guests in organizing an event both small and large scale. So that at this time the author can describe that this banquet service is part of the Food and Beverage Department that sells, coordinates and serves the organization of events. The research method that the author used in this study, namely a qualitative method with interview data collection techniques to obtain information from parties related to the topic they want to discuss to the supervisor banquet service and based on the author's ability to connect the facts, information, and data obtained. The results of research developed by the author that English communication is very important in banquet service because it can provide benefits for the progress of the hotel.

Keywords: Communication, English, Banquet Service, Hotel Mandarin Oriental Jakarta

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kepariwisata merupakan sebuah industri yang berkembang di dunia pariwisata dalam mengembangkan sarana dan prasarana dengan memiliki daya tarik masyarakat lokal maupun masyarakat asing. Menurut A.J Burkart dan S. Medlik dalam bukunya yang berjudul "*Tourism, Past, Present and Future*" bahwa pariwisata yaitu seseorang yang bepergian sementara ke suatu tempat untuk melakukan kegiatan rekreasi atau hiburan dengan tujuan untuk menyenangkan, dan kebahagiaan tersendiri (Suot, Kawung, & Tumilaar, 2021). Dalam mewujudkan pariwisata yang baik maka salah satu penunjang dunia pariwisata adalah hotel,

dengan memberikan fasilitas penginapan, menyajikan makanan dan minuman serta menekankan pada penjualan yang berbentuk layanan jasa. Hotel juga memberikan sarana akomodasi ini agar wisatawan merasa senang, nyaman dan dapat memberikan kepuasan yang baik di dalam menerima *service* selama wisatawan berada di hotel. Salah satu faktor keberhasilan dalam pengembangan pariwisata hotel adalah komunikasi.

Menurut Theodorson dan Theodorson di dalam bukunya yang berjudul "*Pengantar Ilmu Komunikasi*" bahwa komunikasi adalah suatu informasi, ide – ide pada sikap atau emosi seseorang untuk menyampaikan pesan dari kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi (Suprpto, 2011). Dengan adanya



komunikasi maka peluang bagi perusahaan hotel berkembang sehingga bisa dikenal oleh masyarakat luas. Bahasa Inggris adalah salah satu bahasa yang berperan penting sebagai bahasa global atau dunia yang dipergunakan dalam komunikasi agar dengan mudah mengakses dan memperoleh informasi tersebut, karena sebagian besar informasinya tertulis dalam bahasa Inggris.

Berhubung dengan pentingnya komunikasi berbahasa Inggris, maka upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang agar bisa berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia yaitu komunikasi berbahasa Inggris, khususnya dalam bahasa (bahasa internasional) agar dapat menjadi suatu jembatan bagi perusahaan tentunya di dunia perhotelan. Dalam dunia bisnis, bahasa Inggris, sebagai bahasa internasional, dengan memainkan peran penting untuk komunikasi yang konsisten agar dapat mendukung kerjasama yang sukses di berbagai perusahaan (Ofah, 2017). Dengan adanya komunikasi berbahasa Inggris yang terus berkembang, maka para pekerja yang bekerja di dunia perhotelan bisa memberikan pelayanan yang baik dalam berkomunikasi berbahasa Inggris kepada tamu, tentunya dengan orang luar yang berasal dari luar negeri.

Pada hotel Mandarin Oriental Jakarta perlu memenuhi kebutuhan komunikasi berbahasa Inggris bagi setiap karyawan perusahaan yang bekerja di hotel dengan menggunakan bahasa Inggris agar dapat memperlancar kerjasama dengan departemen lain untuk memberikan pelayanan yang baik kepada tamu. *Banquet Service* merupakan salah satu bagian dari sebuah hotel Mandarin Oriental Jakarta yang merupakan *service* atau pelayanan dibawah naungan *Food and Beverage Departement* kepada tamu pada saat mengadakan meeting di sebuah hotel. *Banquet service* tidak hanya bertentangan dengan ruang meeting saja tetapi juga melibatkan pada acara – acara lain seperti *wedding, lunch, dinner,*

table manner course, ulang tahun dan lain sebagainya (A.E.C, 2020).

Oleh karena itu, sangat penting komunikasi berbahasa Inggris dalam *banquet service* di hotel Mandarin Oriental Jakarta yang dimana pada saat penyelenggaraan *event* rentan terganggu oleh komunikasi antar pelayanan *banquet* kepada tamu pada saat *event* berlangsung, dimana ketika ada permintaan tamu dari luar negeri yang berkomunikasi dengan *service banquet* tetapi salah satu karyawan *banquet service* tersebut tidak mengerti atau kurang jelas bahasa apa yang diucapkan tamu tersebut, mengingat komunikasi bahasa Inggris sangat penting dalam dunia perhotelan termasuk di *banquet service* maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “*Pentingnya Komunikasi Berbahasa Inggris Kepada Tamu Di Banquet Service Hotel Mandarin Oriental Jakarta*”.

Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang ada, maka dapat dijelaskan pada perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pentingnya komunikasi berbahasa Inggris pada *banquet service* di hotel Mandarin Oriental Jakarta?
2. Bagaimana faktor komunikasi bahasa Inggris yang dilakukan oleh *banquet service* kepada pelayanan tamu di Hotel Mandarin Oriental Jakarta?
3. Bagaimana pelayanan komunikasi berbahasa Inggris di *banquet service* kepada tamu pada Hotel Mandarin Oriental Jakarta?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pentingnya komunikasi berbahasa Inggris pada *banquet service* di Hotel Mandarin Oriental Jakarta
2. Untuk mengetahui faktor komunikasi berbahasa Inggris yang dilakukan *banquet service* kepada



- tamu di Hotel Mandarin Oriental Jakarta?
3. Untuk mengetahui pelayanan komunikasi bahasa Inggris kepada tamu pada *banquet service* di Hotel Mandarin Oriental.

KAJIAN TEORI

Tinjauan Pustaka

A. Gambaran Umum Hotel Mandarin Oriental Jakarta

Hotel Mandarin Oriental Jakarta adalah hotel bintang lima dengan berlantai 28 yang dirancang oleh tim arsitek Arkonin dan Palmer, Turner dari Hong Kong, Hotel ini berlokasi di Jl. M.H. Thamrin, Menteng, Kecamatan Menteng Jakarta. Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310. Hotel ini juga berada tepat di Bundaran HI menghadap ke Monumen Selamat Datang juga mempunyai 272 kamar yang dibangun oleh Jaya konstruksi yang mulai pada bulan Januari tahun 1976 dan selesai dibangun pada tahun 1979. Selain itu, hotel Mandarin Oriental Jakarta ini memiliki ruang pertemuan dan *banquet* di lantai tiga yang terdiri dari *ballroom* berukuran 590 meter persegi dan empat buah ruang pertemuan eksekutif.

Hal istimewa dari hotel ini adalah interiornya pra- renovasi yang dirancang oleh pengarah seni film Hollywood ternama Don Aston, bersama dengan tangan terampil dari seniman – seniman Indonesia seperti Harry Soeharyo dan Iwan Tirta. Kemudian hotel Mandarin Oriental Jakarta merupakan salah satu cabang hotel internasional yang berada di bawah naungan Mandarin Oriental Hotel Group (MOHG) yang merupakan sebuah manajemen atau kelompok investasi hotel internasional dengan kelas mewah dan merupakan hotel, *resort*, dan *residence* yang dicari di seluruh tempat tujuan pariwisata di dunia. Ada banyak sekali kegiatan yang diselenggarakan di hotel Mandarin Oriental Jakarta termasuk *fashion show* dan pameran – pameran yang berskala besar. Dan setelah itu, pada tanggal 23 Desember 2007 hotel ini pernah

ditutup karena adanya renovasi pembangunan ulang untuk mendapatkan standar hotel yang lebih mewah dan memuaskan serta bisa menyenangkan bagi para tamu yang ingin menginap di hotel Mandarin Oriental Jakarta. Kemudian pada tahun 2009, hotel Mandarin Oriental Jakarta dibuka kembali secara resmi dengan konsep hotel yang baru sampai sekarang ini.

B. Visi dan Misi Hotel Mandarin Oriental Jakarta

Visi

“to be widely recognized as the best luxury hotel group in the world, providing exceptional customer satisfaction in each of our hotel. The growth strategy of our group is to successfully operate 10.000 room while continuing to expand our presence in major business centres and key leisure destinations around the world” in the world”.

Visi utama dari Hotel Mandarin Oriental Jakarta adalah untuk menjadi grup hotel yang mewah terbaik di dunia yang memberikan kepuasan luar biasa kepada para tamu dan konsumennya di setiap hotelnya. Sementara itu, Visi pada strategi pengembangannya yaitu acara sukses mengoperasikan 10.000 kamar dengan melanjutkan untuk memperluas keberadaan Hotel Mandarin Oriental Jakarta di pusat-pusat bisnis utama dan tujuan – tujuan wisata utama di penjuru dunia.

Misi

“to completely delight and satisfy our guest. We are committed to making a difference everyday, continually getting better to keep us the best”

Misi tersebut mempunyai makna untuk benar – benar menyenangkan dan memuaskan tamu hotel Mandarin Oriental dan berkomitmen untuk terus melakukan perbedaan setiap harinya dengan terus menjadi lebih baik agar tetap bias menjadi yang terbaik.

C. Pengertian Hotel

Pengertian hotel menurut menteri perhubungan pada bukunya yang berjudul



.....
 “Dahsyatnya Bisnis Hotel di Indonesia” (Dicky, 2014) Hotel adalah suatu bentuk akomodasi atau jasa penginapan yang dikelola secara komersial, yang menyediakan pelayanan makanan dan minuman kepada setiap orang yang menginap di hotel. Industri perhotelan ini memiliki gedung – gedung yang besar untuk tempat penginapan bagi seseorang yang sedang melakukan perjalanan ke suatu tempat dengan menyediakan layanan seperti tempat tidur, dan fasilitas lengkap lainnya. Secara umum, hotel harus menawarkan layanan yang sangat baik ini, agar kinerja dan kualitas layanan bisa memajukan perusahaan.

Adapun pengertian hotel lainnya menurut Budi P., Agung. Pada bukunya yang berjudul “Manajemen Marketing Perhotelan” (Agung, 2013). Bahwa hotel merupakan suatu usaha penginapan yang bergerak dalam bidang jasa perhotelan untuk mencari profit dengan memberikan pelayanan kepada tamu seperti pelayanan resepsionis, tata graha, makanan dan minuman, MICE (*Meeting, Incentive, Conferencing, and Exhibition*) serta rekreasi.

D. Pengertian Komunikasi

Menurut Carl Hovland, Janis & Kelley komunikasi merupakan seseorang yang berbicara (komunikator) untuk menyampaikan informasi dalam bentuk kata atau perilaku yang dimiliki orang tersebut. Komunikasi juga membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita tentunya dalam bentuk bahasa baik lisan maupun tulisan untuk mengetahui rasa, berfikir dan menciptakan hubungan yang lebih erat kepada orang lain. Berdasarkan buku oleh Djoko Purwanto, “*Komunikasi Bisnis*” menurut William C. Himstreet dan Wayne Murlin Baty bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi yang dilakukan antarindividu dengan menggunakan simbol – simbol, sinyal – sinyal, maupun bentuk perilaku atau sikap yang dimiliki seseorang. Oleh karena itu, untuk dapat melakukan komunikasi secara efektif diperlukan beberapa persyaratan, antara lain (Purwanto, 2003):

a) Persepsi

Seorang komunikator harus dapat menyampaikan pesan yang disampaikan kepada audiens dengan memberikan tanggapan yang benar agar tidak terjadinya kesalahpahaman dalam komunikasi.

b) Ketepatan

Audiens harus mempunyai suatu kerangka berpikir. Agar komunikasi tersebut sesuai dengan sasaran yang ditentukan.

c) Kredibilitas

Seorang komunikator harus memiliki kepercayaan pada khalayak ketika berkomunikasi agar pesan yang disampaikan jelas.

d) Pengendalian

Komunikasi yang menyangkut reaksi audiens. Dimana, ditentukan oleh intensitas atau perlakuan yang diberikan audiens kepada komunikator.

e) Keharmonisan

Dengan keharmonisan maka perlu disampaikan dengan memberikan kesan yang baik kepada *audiens* agar dapat berjalan lancar dan mencapai tujuannya.

E. Pengertian Bahasa Inggris

Menurut Rohana (2018) Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang digunakan untuk sarana berkomunikasi dengan masyarakat di berbagai negara, proses komunikasinya juga mencakup beberapa kegiatan seperti membaca surat, membaca laporan, menulis, berbicara, dan mendengarkan. Bahasa Inggris sangat berperan penting dalam berkomunikasi karena merupakan bahasa global atau mendunia yang digunakan sebagai bahasa pertama, bahasa kedua, maupun bahasa asing yang berada di berbagai negara baik nasional maupun internasional (Irta, 2012).

Kemampuan berbahasa Inggris juga salah satu yang harus dikembangkan dalam memperoleh lapangan kerja agar menjadi suatu nilai tambahan bagi perusahaan – perusahaan besar di Indonesia. Bahasa Inggris juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang baik



dalam pelayanan bagi perusahaan untuk memudahkan berinteraksi dengan orang – orang luar secara langsung.

F. Pengertian *Banquet Service*

Banquet adalah sebuah pelayanan yang menyajikan berbagai jamuan atau kegiatan dengan jumlah besar yang diselenggarakan oleh seseorang dalam kegiatan tertentu seperti *event*, *meeting*, *wedding* dan acara lainnya sesuai pesanan di dalam hotel maupun diluar hotel. Menurut pendapat Riyadi (2015:87) pada bukunya yang berjudul “*Pengetahuan Pelayanan Makanan dan Minuman*” *Banquet* merupakan bagian dari hotel untuk menyediakan makanan dan minuman, serta membuat dan merencanakan sebuah acara yang akan diselenggarakan mulai dari ruangan yang akan digunakan, perlengkapan yang diperlukan, serta peralatan lainnya yang mencangkup pada acara tersebut sesuai kebutuhan yang diinginkan. Selain itu, *Banquet* adalah bagian dari *Food and Beverage Service* yang bertanggung jawab dalam penjualan makanan dan minuman di perusahaan hotel khususnya di luar restoran (*special event*), kegiatan ini bisa dilakukan di dalam hotel maupun di luar hotel (Ndaru, Ema, & Sri, 2020). Dari beberapa pengertian diatas bahwa *Banquet Service* berperan penting untuk memberikan pelayanan kepada tamu pada suatu perayaan tertentu dengan melayani semua penataan dari awal sampai akhir acara yang diselenggarakan.

Adapun jenis dan sifat acara – acara dalam *banquet service* yaitu (P., Sunyoto, & E, 2011):

1. *Profesional Event*

yaitu yang bersifat nasional maupun internasional. Contohnya seperti seminar – seminar.

2. *Bussiness Event*

Event – *event* atau acara yang berhubungan dengan bisnis. Contohnya: *Fashion Show*, *Launching Product*, dan *MICE* (*Meeting Incentive Conference and Exhibition*).

3. *Social Event*

Acara yang menyangkut dengan sosial. Contohnya: *Wedding Party* (Pesta Pernikahan), *Birthday Party* (Pesta Ulang Tahun), dan *Charity Night* (Malam Amal)

4. *Holiday Event*

Acara yang bersifat keagamaan. Contohnya: upacara gereja, halal bihalal, buka bersama.

Dari banyaknya proses kegiatan yang harus dijalankan maka *banquet service* memiliki pemimpin yaitu *Banquet Manager* yang bernaung dibawah *Food and Beverage Departement* dan dipimpin oleh *Food and Beverage Manager*. Maka *Banquet Manager* juga dibantu oleh *Banquet Administration* dan *Assistant Banquet Manager* dalam menjalankan tugas – tugasnya , serta membawahi:

- *Banquet Head Waiter*
- *Banquet Captain*
- *Banquet Waiter*
- *Banquet Busboy*

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif atau studi kasus, penelitian ini meliputi proses analisis data, fakta-fakta yang ditemukan selama penelitian di lapangan dan peningkatan pemahaman terhadap substansi judul yang diangkat. Metode Penelitian Kualitatif (Tohirin, 2012), adalah penelitian yang dialami terhadap objek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan melalui uraian dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks alam tertentu yang juga menggunakan berbagai metode ilmiah.

Penelitian ini juga menekankan pada penggunaan metode tertentu seperti wawancara mendalam, observasi (pengamatan), analisis isi dan juga informasi yang dibutuhkan di Hotel Mandarin Oriental Jakarta. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi masalah dari sudut pandang peneliti dan



mencari data dalam bentuk makna yang sesuai dengan situasi lapangan perusahaan. Penelitian ini dilakukan saat penulis melakukan kerja harian di Hotel Mandarin Oriental Jakarta sebagai banquet *service* dengan menganalisis faktor – faktor pentingnya komunikasi berbahasa inggris pada hotel.

B. Sumber Data

Sumber Data dari penelitian yang sudah penulis lakukan yaitu:

a. Data Primer

Data penelitian ini diambil dari Hotel Mandarin Oriental Jakarta terutama dari hasil penelitian observasi dan wawancara kepada admin banquet *service* di hotel Mandarin Oriental Jakarta, serta data tertulis berupa SOP (*Standar Operasional Procedure*) yang berlaku pada hotel.

A. Pentingnya Komunikasi Berbahasa Inggris Kepada Tamu di *Banquet Service* Hotel Mandarin Oriental Jakarta

Bahasa Inggris adalah bahasa yang banyak diakui di berbagai negara sebagai alat komunikasi yang global. Tentunya bahasa inggris ini juga sudah banyak digunakan oleh pelaku pariwisata tentunya pada perusahaan perhotelan. Dimana bahasa inggris ini mempunyai keahlian yang dimiliki oleh setiap karyawan. Salah satunya adalah *Banquet Service*, dalam penyelenggaraan *banquet* ini maka membutuhkan tenaga *casual* atau *part time*. Tenaga *casual* ini dibutuhkan pada saat *event – event* besar yang banyak membutuhkan karyawan. Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Sabrina selaku supervisor *Banquet Service* di Hotel Mandarin Oriental Jakarta maka seorang karyawan memerlukan pekerjaan yang mempunyai keahlian dengan meningkatkan sumber daya manusianya di hotel yaitu dengan melakukan *training* terlebih dahulu dan dilihat bagaimana *basic* yang mereka punya agar bisa mencapai komunikasi bahasa inggris yang baik.

Ssbagai seorang *waiter* dan *waiters* mampu dapat menjelaskan komunikasi bahasa inggris baik di tempat agar bisa menyampaikan

b. Data Sekunder

Data penelitian ini diambil dari data pendukung tentunya dari sumber tulisan seperti buku perpustakaan, makalah dan sumber jurnal penelitian lainnya yang berkaitan dengan Hotel Mandarin Oriental Jakarta.

HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis lakukan pada hotel Mandarin Oriental Jakarta, maka pada bab ini penulis menyajikan analisis data yang bersumber pada hasil penelitian di Hotel Mandarin Oriental Jakarta. Dalam Tugas Akhir ini, maka Penulis Menganalisis dengan judul “Pentingnya Komunikasi Berbahasa Inggris di *Banquet Service* Hotel Mandarin Oreintal Jakarta” .

menu – menu makanan dan minuman yang disediakan pada saat penyelenggaraan *event* yang tidak di mengerti oleh tamu mancanegara, dengan tanpa rasa gugup ataupun tegang. Maka sangat penting komunikasi bahasa inggris di hotel Mandarin Oriental Jakarta ini karena banyak tamu – tamu hotel yang berasal dari luar, tentu pada saat keadaan seperti ini akan menciptakan suasana yang menyenangkan dan saling mengerti antara tamu dengan *banquet service*. Maka dari itu, *Banquet Service* di hotel Mandarin Oriental Jakarta tentunya para staff karyawan yang bekerja bisa mudah berkomunikasi bahasa inggris dengan tamu yang berasal dari luar negeri.

Adapun tugas dan tanggung jawab Staff *Banquet Service* di Hotel Mandarin Oriental Jakarta:

1. B.O.M (*Banquet Operation Manager*)

- a. Bertanggung jawab atas kelancaran *Banquet Service* dalam melayani *function*
- b. Bertanggung jawab dalam menangani dan mengarahkan seluruh pramusaji
- c. Bertanggung jawab untuk menciptakan pelayanan komunikasi kepada tamu dalam berbahasa inggris di *Banquet Service*.



2. **A.B.O.M (Assistant Banquet Operation Manager)**

- a. Membantu *B.O.M* dalam pelaksanaan pekerjaannya
- b. Menghadiri acara yang diselenggarakan oleh *Food and Beverage Manager* jika *B.O.M* berhalangan hadir.
- c. Mengawasi kelancaran kerja karyawan dalam operasional.

3. **Banquet Staff**

- a. Melaksanakan tugas yang di instruksikan oleh *banquet service*
- b. Memeriksa semua peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan untuk *event* nantinya, mulai dari *tablecloth*, *napkin*, dan peralatan makan.
- c. Mengatur kembali ruangan meeting yang telah dipakai oleh tamu saat meninggalkan ruangan.
- d. Mengantar *napkin* kotor ke *laundry* dan mengambil *napkin* yang bersih di *housekeeping*.
- e. Melakukan program *training*

B. Faktor – faktor komunikasi bahasa inggris kepada tamu di banquet service hotel Mandarin Oriental Jakarta.

Faktor – faktor komunikasi bahasa inggris kepada tamu di *banquet service* hotel Mandarin Oriental Jakarta, yaitu beberapa seorang *waiter* dan *waiters* kurang berlatih dalam pengucapan bahasa inggris dengan rekan kerja atau dalam aktivitasnya selama bekerja. Dimana seorang *banquet service* dalam penggunaan kata atau ejaan (*pronunciation*) yang disampaikan kepada tamu yang berasal dari luar masih kurang jelas. Tentu ini kembali lagi kepada masing – masing pribadi setiap karyawan yang bekerja sesuai standar perusahaan hotelnya. Maka dari itu, komunikasi bahasa inggris ini menjadi sebuah patokan yang cukup besar bagi hotel di *banquet service* untuk meningkatkan keterampilan dalam berbicara bahasa inggris demi meningkatkan mutu pelayanan *service* kepada tamu.

Dari penjelasan yang diberikan oleh Sabrina selaku supervisor hotel Mandarin

Oriental Jakarta, bahwa faktor dalam menangani komunikasi bahasa inggris kepada tamu yaitu sebagai karyawan harus mempunyai *team work* atau kerja sama tim agar bisa menangani suatu masalah di hotel dengan komunikasi berbahasa inggris kepada tamu luar. Ada beberapa staff casual *banquet service* berlatar belakang non-perhotelan yang hanya akan tahu hal tertentu saja, maka dapat diterapkan untuk saling bertukar informasi terkait komunikasi berbahasa inggris kepada tamu, sehingga mereka dalam bekerja dapat saling terbuka dan membantu agar tidak saling berkompetisi antara satu dengan yang lainnya.

Dalam kerjasama tim dapat memberikan pelayanan yang maksimal agar para tamu merasa puas dan nyaman dengan pelayanan komunikasi bahasa inggris di hotel Mandarin Oriental Jakarta. Adapun faktor lainnya yaitu bahasa (*language*) yang merupakan pesan yang harus disampaikan dalam bentuk ekspresi seseorang dalam berkomunikasi kepada tamu dengan berbagai kegiatan yang dilakukan di hotel. Dalam hal ini, bahasa dalam komunikasi harus dapat memahami arti dari semua bahasa yang diucapkan oleh tamu tentunya dengan melakukan evaluasi komunikasi pada pendengar secara umum dan individu. Miss komunikasi juga menjadi salah satu faktor di hotel Mandarin Oriental Jakarta karena ada beberapa seorang staff hotel melakukan kesalahpahaman saat berbicara dengan tamu asing, faktor ini sudah marak terjadi di perusahaan hotel salah satunya di *banquet service*. Maka dari itu, komunikasi bahasa inggris ini wajib ditekankan kepada para staff hotel agar dapat mengaplikasikan dengan sebaik mungkin. Ini dimaksudkan agar tidak terjadinya kesalahpahaman dan kehilangan komunikasi atau *miss communication*.

C. Pelayanan komunikasi berbahasa inggris kepada tamu di banquet service pada Hotel Mandarin Oriental Jakarta

Menurut Moenir (2010:26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan pada seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor



materi melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan komunikasi sangat penting untuk digunakan segala macam kebutuhan dan keinginan tamu di hotel agar semua tercapai dengan sebaik mungkin. Dengan komunikasi bahasa inggris dapat menguntungkan bagi sebuah perusahaan. Bahasa inggris adalah bahasa yang berperan penting dalam kehidupan manusia karena merupakan bahasa yang universal dan digunakan oleh sebagian besar negara di dunia sebagai bahasa utama (Bylisna, 2016). Dengan bahasa inggris ini maka banyak dari berbagai perusahaan untuk mengembangkan komunikasi yang layak, serta kunci untuk keberhasilan bagi perusahaan dapat tercapai. Dalam bahasa inggris ini maka perusahaan perhotelan harus memiliki pelayanan komunikasi yang baik kepada tamu, dan dengan menguasai bahasa inggris secara aktif akan lebih memudahkan kita dalam berkomunikasi dengan orang – orang dari negara manapun.

PENUTUP

Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian pada Hotel Mandarin Oriental Jakarta dengan judul “Pentingnya Komunikasi Berbahasa Inggris Kepada Tamu di *Banquet Service* Hotel Mandarin Oriental Jakarta”, maka peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi bahasa inggris sangat penting pada pelayanan kepada tamu di *banquet service* hotel Mandarin Oriental Jakarta karena pada staff hotel yang bekerja sebagai *banquet service* dapat melakukan komunikasi bahasa inggris kepada tamu dari luar negeri. Maka dari itu, dengan tidak terjadinya miss komunikasi antar satu dengan yang lainnya komunikasi bahasa inggris ini dilakukan dengan cara melakukan training terlebih dahulu pada staff hotel dan tentu sangat berpengaruh pada peningkatan kinerja disebuah hotel.

Hotel Mandarin Oriental Jakarta memberikan pelayanan komunikasi berbahasa inggris kepada tamu agar tamu – tamu yang berasal dari mancanegara merasa puas atas pelayanan yang diberikan pada hotel, khususnya pada *banquet service*. Didalam hotel tentu staff hotel akan banyak bertemu dengan tamu yang menggunakan bahasa inggris, dan tamu akan meminta layanan tertentu seperti mengajukan keluhan atau bantuan pada staf hotel *banquet*, sebagai karyawan hotel di *banquet service* kita harus bisa menjawabnya dengan tenang dan santun dalam memberikan informasi yang benar serta bisa dipahami oleh para tamu. Dengan memberikan pelayanan yang baik juga harus tersedianya pelayanan yang cepat tanggap, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan di dalam komunikasi bahasa inggris pada *banquet*. Sebab peningkatan dari pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan kepuasan para tamu pada waktu yang bersamaan dan juga untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan tentunya pada *banquet service*.

Dengan adanya komunikasi bahasa inggris ini sangat penting, adapun yang dikatakan oleh kak Sabrina selaku supervisor hotel Mandarin Oriental Jakarta bahwa komunikasi bahasa inggris sangat penting karena banyak tamu – tamu yang berdatangan ke hotel Mandarin Oriental Jakarta berasal dari mancanegara, dan kita sebagai staff hotel *banquet service* bisa menerapkan basic komunikasi bahasa inggris kepada tamu yang berasal dari luar negeri agar dapat memberikan pelayanan komunikasi bahasa inggris yang baik.

Saran

Setelah penulis melakukan penelitian, adapun saran dari penulis yang ingin disampaikan yaitu:

1. Mengetahui pentingnya komunikasi bahasa inggris pada Hotel Mandarin Oriental Jakarta yang perlu ditingkatkan misalnya, terbiasa berkomunikasi bahasa inggris pada tamu luar negeri saat acara *event, meeting, wedding*,



ataupun sebagainya yang menyangkut pada *banquet service* agar dapat memperlancar adanya suatu keperluan bagi tamu yang datang ke hotel.

2. Manfaat faktor komunikasi bahasa inggris pada staf *banquet service* kepada tamu di hotel Mandarin Oriental Jakarta perlu ditingkatkan misalnya dengan melakukan training di hotel, melakukan pembelajaran bahasa inggris dengan aplikasi dua minggu, dan belajar bahasa inggris dirumah agar tidak terjadinya miss komunikasi antar tamu sehingga dengan menciptakan beberapa manfaat tersebut merupakan suatu kemampuan yang harus dimiliki pada *banquet service* agar dapat tercapainya suatu perusahaan yang diinginkan.
3. Pelayanan komunikasi bahasa inggris kepada tamu di *banquet service* hotel Mandarin Oriental Jakarta perlu ditingkatkan misalnya, melayani makanan dan minuman kepada tamu yang berasal dari luar negeri dengan komunikasi bahasa inggris dengan baik, memberikan bantuan saat tamu mengajukan keluhan, maka pelayanan tersebut bias meningkatkan pelayanan kepuasan kepada tamu

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.E.C. (2020 , May Kamis). Peran Banquet Dalam Industri Perhotelan . Retrieved from <https://aecperhotelanbanyuwangi.com/uncategorized/peran-banquet-dalam-industri-perhotelan/>
- [2] Agung, B. P. (2013). Manajemen Marketing Perhotelan . Andi Offset.
- [3] Ardi, M. (2022). analisis strategi pengembangan pariwisata di bidang jasa pelayanan hotel Rooseno Plaza Jakarta di masa new normal era . Turn Jurnal , 1-15 .
- [4] Bagus, I., & Melarsari. (2021). Peranan Banquet dalam Penyelenggaraan Event di Harris Hotel and Convention Malang. sosial, 1-26.
- [5] Bylisna, M. (2016). Pentingnya pembelajaran bahasa inggris di sekolah. Warta Edisi , 1-7.
- [6] Dicky, S. (2014). Dahsyatnya Bisnis Hotel di Indonesia. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama .
- [7] Endang, A. S., & Indrawati, P. (n.d.).
- [8] Endang, A. S., & Indrawati, P. (2019). faktor - faktor yang mempengaruhi speaking performace mahasiswa jurusan pendidikan bahasa inggris . Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya , 1-7 .
- [9] Irtta, F. (2012). Menguasai Bahasa Inggris: Bekal Potensial dalam Pengembangan Wirausaha. jurnal neliti , 1 - 6 .
- [10] Kartina, S. (2020). Pentingnya Belajar dan Pembelajaran Bahasa Inggris . Akademia, 1-13.
- [11] Mertayasa, I. G. (2012). Food and Beverage Service Operasional: Job Preparation. Yogyakarta : Andi Offset .
- [12] naila, h. (2017). Bahasa Inggris sebagai faktor penunjang dalam operasional food and beverage di hotel bandung permai . repository universitas jember , 1-50.
- [13] Ndaru, P., Ema, R., & Sri, P. F. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Banquet Section Terhadap Kepuasan Tamu The Wujil Resort And Convention Ungaran . Pringgitan , 1-13.
- [14] Ofah, M. (2017). Pentingnya Bahasa Inggris, China, dan Jepang sebagai bahasa komunikasi bisnis di era globalisasi. Vocatio , 1-12.
- [15] P., I., Sunyoto, & E, W. (2011). Peranan Banquet Service Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Dalam Penyelenggaraan Event di Hotel The Sunan Surakarta. Jurnal Pariwisata Indonesia , 1 - 18.
- [16] Purwanto, D. (2003). Komunikasi Bisnis. Jakarta : Erlangga .
- [17] Suot, C. G., Kawung, G. M., & Tumilaar, R. (2021). Pengaruh Sektor Pariwisata dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Manado. Jurnal EMBA, 403-411.
- [18] Suprpto, T. (2011). Pengantar Ilmu Komunikasi . Yogyakarta : CAPS .



-
- [19] Tohirin. (2012). Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Jakarta .
- [20] Wildan, M. A., & Zahroh, Z. (2015). Peranan kerjasama team antar Karyawan Banquet guna Meningkatkan Pelayanan Butlet Banquet pada hotel Kartika Malang . Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 1-7.