



**PELAFALAN BAHASA INGGRIS OLEH PEGAWAI *CUSTOMER SERVICE*
BANDARA INTERNASIONAL ADI SOEMARMO SURAKARTA**

Amalia Ramadhani Fajri¹, Indriyati Hadiningrum^{1*}

¹Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman
email: indriyati.hadiningrum@unsoed.ac.id

Abstract

This article is written based on a job training done at the international airport of Adi Soemarmo. The focus is to figure out the English pronunciation of the customer service staff when they help tourists find information. The data is collected by observation, interview, and literary study. The result shows that, in general, foreign tourists are happy when the customer service staff can communicate using the English language. However, the staff still find problems especially when tourists cannot speak English or when seeing unfriendly tourists. Thus, it is suggested that the customer service staff keep improving their English skills and behave in a pleasant way to tourists.

Keywords: *Pronunciation, English Skill, Tourists, Service*

Alamat Koresponden	: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Jenderal Soedirman	e-ISSN : xxxx-xxxx
E-mail	: indriyati.hadiningrum@unsoed.ac.id	p-ISSN : xxxx-xxxx

Pendahuluan

Bahasa Inggris merupakan bahasa Internasional yang sangat luas penggunaannya. Menurut Brumfit (2001: 35), “*English is an international language that it is the most widespread medium of international communication.*” Sebagai bahasa Internasional, bahasa Inggris digunakan sebagai sarana komunikasi antara bangsa yang memiliki bahasa yang berbeda-beda.

Pada era globalisasi seperti saat ini, bahasa Inggris sangat mendominasi semua aspek dalam komunikasi antar negara. Tidak bisa dipungkiri jika bahasa Inggris sangat diperlukan karena bahasa Inggris telah diakui sebagai bahasa resmi yang digunakan secara *universal* baik dalam dunia teknologi, pendidikan, ekonomi, politik, budaya hingga pariwisata.

Salah satu poin yang perlu diperhatikan dalam dunia pariwisata adalah tahap pelayanan yang memadai bagi para wisatawan atau dikenal sebagai divisi *Customer Service*. *Customer Service* merupakan salah satu bagian penting di balik keberhasilan sebuah perusahaan. Menurut Rahmayanty (2010: 204), *customer service* sebagai ujung tombak perusahaan dalam melayani pelanggan dan menjual produk atau jasa yang ditawarkan, merupakan divisi terdepan dalam memberikan *service* kepada pelanggan.

Menurut Kotler (2002: 143) pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sedangkan menurut Kasmir (2004: 180), *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *customer service* adalah setiap kegiatan yang bertugas untuk memberikan pelayanan informasi dan merupakan perantara antara instansi dengan masyarakat yang akan menggunakan produk tersebut serta memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Selanjutnya, Kasmir (2004: 180) menjelaskan bahwa seorang *customer service* telah ditetapkan fungsi dan tujuan yang harus diembannya. Dalam praktiknya, fungsi *customer service* adalah: (a) sebagai resepsionis, yaitu berfungsi sebagai penerima pelanggan yang datang; dan harus bersikap dengan ramah tamah, sopan dan menyenangkan; (b) sebagai *deksman*, yaitu berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam pertanyaan yang diajukan pelanggan.

Sebagian besar perusahaan memiliki divisi *Customer Service* untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan, seperti pada pusat perbelanjaan, perhotelan, tempat wisata hingga bandara. Di bandara, bagian *customer service* biasanya memberikan informasi mengenai jadwal keberangkatan dan kedatangan pesawat, alat transportasi, keberadaan hotel terdekat dan obyek wisata di sekitar bandara. Kepariwisata di bandara untuk saat ini sangat dibutuhkan mengingat jumlah wisatawan asing yang berkunjung terus meningkat. Di samping itu, penyediaan layanan informasi berkembang semakin baik dari tahun ke tahun, terutama dalam penggunaan bahasa Inggris atau *pronunciation*.

Pronunciation adalah cara sebuah bahasa, kata dan suara diucapkan. Dalam sistem bunyi bahasa Inggris terdapat banyak cara pengucapan pada masing-masing individu yang disebabkan oleh berbagai macam faktor, seperti daerah asal, pengaruh-pengaruh awal dan lingkungan sosial. Banyak ahli bahasa Inggris yang mengemukakan deskripsi rinci tentang bentuk pelafalan bahasa Inggris, yang setidaknya dapat dengan mudah difahami oleh lingkungan pengguna bahasa Inggris. Walaupun tidak standar, bentuk pelafalan tersebut diistilahkan dengan “*received pronunciation*” yang berarti pelafalan yang dapat difahami secara luas (Dalton, 1994: 14).

Mustadi (2013:35) mengungkapkan bahwa pelafalan dalam bahasa Inggris berbeda dari bahasa Indonesia, termasuk pengucapan huruf vokal, konsonan dan diftong. Aspek-aspek dalam *pronunciation* adalah *accuracy*, *fluency*, *intonation* dan *stressing*. Dalam bahasa Indonesia, aspek-aspek tersebut adalah kefasihan dalam pelafalan dan pengucapan, ketepatan dalam pelafalan dan pengucapan, penekanan, dan intonasi. Untuk itulah pelafalan bahasa Inggris perlu dipelajari agar kata dapat diucapkan secara akurat dan difahami oleh lawan bicara (Ur, 1996: 52).

Joseph (2012: 2) menyebutkan 6 peran penting bahasa Inggris dalam dunia pariwisata, yaitu *communicative/interactive role* (bahasa Inggris merupakan media komunikasi antara pelaku wisata dengan wisatawan maupun antar wisatawan), *integrative role* (bahasa Inggris

merupakan pemersatu yang mengambil peran dalam mengintegrasikan semua orang tanpa mengenal latar belakang orang-orang tersebut), dan *lingua-franca role* (sebagai bahasa pengantar atau pergaulan bagi orang-orang yang berada di lingkungan dengan beragam bahasa). Peran selanjutnya yaitu *relation-fostering role* (bahasa Inggris memungkinkan wisatawan turut serta dalam kegiatan atau aktifitas masyarakat lokal), *economic/business role* (bahasa Inggris menjadi pengantar dalam bisnis, khususnya dalam bisnis pariwisata), dan *functional role* (bahasa Inggris membantu wisatawan maupun masyarakat lokal dalam memperoleh informasi tertentu, meminta bantuan dan fungsi-fungsi lain yang diperlukan dalam kegiatan berwisata).

Oleh karena itu, penggunaan bahasa Inggris bagi pegawai *customer service* bandara menjadi penting untuk memberikan arahan atau informasi secara lisan khususnya kepada wisatawan mancanegara. Penggunaan bahasa Inggris itu didukung pula dengan kualitas pelafalan yang baik sehingga pesan yang disampaikan akan mudah dimengerti.

Metode

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Melalui metode ini, penulis memperhatikan pegawai *customer service* saat berkomunikasi dengan wisatawan asing, mencatat pertanyaan yang ditanyakan oleh wisatawan tersebut serta terjun langsung untuk melayani wisatawan yang datang.

Selanjutnya, penulis melakukan wawancara untuk menggali informasi. Teknik wawancara yang dipilih ialah wawancara terstruktur, yaitu penulis telah menyusun daftar pertanyaan yang sistematis dan terangkai. Penulis menggali informasi dari pegawai *Customer Service* di Bandara Adi Soemarmo mengenai kendala dan solusi mereka saat berhadapan dengan wisatawan asing yang memerlukan mereka untuk berbicara menggunakan bahasa Inggris. Selain itu, penulis juga mewawancarai beberapa wisatawan asing mengenai pendapat mereka tentang pelafalan bahasa Inggris pegawai *Customer Service* yang membantu mereka dalam mendapatkan informasi.

Studi pustakan yang dilakukan adalah melalui buku-buku referensi yang sesuai dengan tema. Penulis juga memanfaatkan *ebook*, jurnal dan perpustakaan *online* tentang kepariwisataan.

Hasil dan Pembahasan

A. Tugas Divisi *Customer Service* Bandara Adi Soemarmo

Selama melakukan praktik kerja, penulis mengamati dan mempelajari cara menjadi *staff Customer Service*. Bandara Adi Soemarmo selalu dikunjungi oleh wisatawan lokal dan mancanegara setiap harinya. Tidak jarang para wisatawan mencari bagian layanan informasi untuk membantu mereka seperti menanyakan lokasi *check in* tiket, loket maskapai, waktu kedatangan pesawat hingga hotel terdekat dari bandara. Bagian layanan informasi di Bandara Adi Soemarmo ditangani oleh divisi *Customer Service* yang memiliki posisi loket yang sangat strategis karena dapat terlihat dengan jelas dari berbagai sisi. Posisi tersebut berada di sebelah pintu kedatangan domestik dan di depan pintu masuk bagian timur bandara.

Tugas utama divisi *Customer Service* Bandara Adi Soemarmo adalah memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada para penumpang, juga membina hubungan dan komunikasi antara pihak yang terkait dengan penerbangan. Divisi ini pun harus pandai merumuskan masalah dan mencari jalan keluar dalam waktu yang relatif singkat jika ada sesuatu atau masalah terkait dengan penerbangan.

Sebelum para *staff Customer Service* terjun langsung ke lapangan dan menjalani tugas tersebut, mereka terlebih dahulu mendapatkan masa *training*. Masa *training* setiap *staff Customer Service* cukup beragam, dari satu hingga dua bulan. Mereka menjalani masa *training* tersebut dengan metode *in-house training*, yaitu kegiatan pelatihan diatur oleh perusahaan. Dalam masa *training* itu, mereka dituntut untuk mampu mengimplmentasikan visi dan misi bandara, mampu bekerja sama dalam tim, mempelajari tata krama menghadapi *customer*, menghafal area-area bandara serta melatih bahasa asing khususnya bahasa Inggris untuk berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara.

Pelayanan *staff Customer Service* Bandara Adi Soemarmo sangat berpengaruh terhadap kesan dan kepuasan wisatawan lokal ataupun mancanegara. Oleh karena itu, *staff Customer Service* memiliki suatu teknik pelayanan yang baik dalam melayani wisatawan. Teknik pelayanan tersebut berupa persiapan diri (mental), sikap ramah kepada wisatawan, inisiatif membantu wisatawan yang terlihat kebingungan, kemampuan menyelesaikan permasalahan wisatawan dengan sebaik mungkin dan senyum cerah kepada seluruh pengunjung di bandara.

Customer Service Bandara Adi Soemarmo hanya memiliki enam orang *staff* yang ditugaskan untuk menangani berbagai keluhan wisatawan. Para *staff Customer Service* bertanggung jawab untuk menangani segala macam hal yang bersangkutan paut dengan keluhan wisatawan. *Customer Service* dinilai sebagai jembatan pertama pertemuan antara pegawai bandara dengan wisatawan. Maka dari itu, *staff Customer Service* selalu siap menghadapi sebuah keluhan atau kritik yang masuk dengan menerimanya dengan ramah sebagai bentuk untuk peningkatan pelayanan.

B. Pelafalan Bahasa Inggris (*Pronunciation*) Pegawai *Customer Service* Bandara Adi Soemarmo

Para *staff Customer Service* senantiasa berbicara dengan bahasa serta kata-kata yang formal kepada wisatawan. Mereka menggunakan bahasa yang formal agar tidak terjadi kesalahpahaman. Hal tersebut juga dilakukan agar wisatawan merasa dihormati dan nyaman saat melontarkan pertanyaan.

Penulis mulai melakukan wawancara pada beberapa wisatawan asing yang menggunakan layanan informasi *Customer Service* Bandara Adi Soemarmo. Seorang wisatawan asing berkewarganegaraan Singapura, Lydia, memberi pendapat terhadap pertanyaan yang penulis ajukan tentang pelafalan bahasa Inggris (*pronunciation*) *staff Customer Service* Bandara Adi Soemarmo. Lydia mengatakan bahwa sikap ramah tamah *staff* tentu sangat bagus ditambah pelafalan bahasa Inggris yang bisa dikatakan cukup lugas menjadikan informasi dapat disampaikan dengan jelas. Dari dua *staff Customer Service* yang berjaga, hanya satu yang tergolong mumpuni dalam pelafalan bahasa Inggris sedangkan satu lainnya hanya diam tidak banyak membantu. Seorang wisatawan dari Malaysia, Aisyah, juga berhasil penulis wawancarai tentang pertanyaan yang serupa. Aisyah menyatakan *staff Customer Service* Bandara Adi Soemarmo memberikan arahan yang jelas dan sangat membantunya dalam mencari barangnya yang hilang.

Selain itu, Penulis mendengarkan secara langsung bagaimana pelafalan bahasa Inggris (*pronunciation*) para *staff Customer Service* saat mereka berinteraksi dengan wisatawan asing. Permintaan atau pertanyaan yang dilontarkan oleh para wisatawan asing tentu begitu beraneka ragam. Mulai dari menanyakan posisi loket maskapai hingga mengeluhkan barang yang hilang. Sebagai divisi layanan informasi, *Customer Service* Bandara Adi Soemarmo selalu siap menjawab segala macam keluhan atau pertanyaan wisatawan asing tersebut dengan sebaik

mungkin. Hal ini terbukti dari para wisatawan yang dengan mudah memahami perkataan *staff Customer Service* tanpa adanya pengulangan.

Beberapa kendala yang dihadapi para *staff Customer Service* antara lain ketika mereka menghadapi wisatawan mancanegara yang sama sekali tidak bisa berbahasa Inggris, wisatawan yang kurang ramah, serta rendahnya frekuensi penggunaan bahasa Inggris akibat sedikitnya jumlah wisatawan mancanegara yang mendarat di Bandara Adi Sumarmo. Meskipun demikian, hal tersebut tidak melemahkan motivasi mereka untuk terus meningkatkan keterampilan berbahasa Inggris.

Kesimpulan

Penggunaan bahasa Inggris para pegawai *Customer Service*, khususnya dalam pelafalan, sudah cukup baik. Dari masa *training*, mereka mampu mengemplementasikan bahasa Inggris untuk melakukan komunikasi praktis. Hal tersebut dibuktikan dengan puasnya para wisatawan asing yang mudah menangkap maksud dari ucapan pegawai *Customer Service* Bandara Adi Soemarmo.

Disamping itu, divisi *Customer Service* Bandara Adi Soemarmo mampu menjalankan tugasnya dengan cukup baik. Mereka memiliki teknik pelayanan yang terbilang cukup efisien untuk menghadapi para wisatawan. Hal tersebut dilakukan agar para wisatawan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan karena kepuasan wisatawan menjadi prioritas bagi divisi *Customer Service* Bandara Adi Soemarmo.

Referensi

- Ali, Mustadi. 2013. *Penelitian Pendidikan : Prosedur dan Strategi*. Bandung. Angkasa.
- Brumfit, Christopher J. 2001. *Individual Freedom in Language Teaching : Helping Learners to Develop A Dialect of Their Own*. London : Oxford University Press.
- Joseph, T. C., Munghate, R. G., Arts, S. G. M., & College, S. 2012. *Role of English in Travel , Tourism and Hospitality Industry The Multifaceted Role of English*.
- Kasmir. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Nunan, David. 2003. *Practical English Language Teaching : Young Learners*. New York. Mc Graw Hill.
- Philip Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 2*. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ur, Penny. 1996. *A Course in Language Teaching*. Cambridge. Cambridge University Press.