



PENDAMPINGAN SEBAGAI *TOUR GUIDE* PADA DESA WISATA KARAWANG

Oleh

Vidya Arisandi¹, Neni Sumarni², Yeni Fajrin³, Ajat Sudrajat⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: ¹vidya.arisandi@ubpkarawang.ac.id, ²neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id,

³yeni.fajrin@ubpkarawang.ac.id, ⁴ajat.sudrajat@ubpkarawang.ac.id

Article History:

Received: 17-08-2025

Revised: 17-09-2025

Accepted: 20-09-2025

Keywords:

Pengabdian Kepada Masyarakat, Bahasa Inggris, Tour Guide, Desa Wisata, Pemberdayaan Masyarakat

Abstract: Pengembangan desa wisata merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya tarik pariwisata daerah sekaligus memberdayakan masyarakat lokal. Desa Wisata Karawang memiliki potensi wisata alam dan budaya yang cukup besar, namun masih menghadapi kendala dalam hal kesiapan sumber daya manusia, terutama kemampuan berbahasa Inggris sebagai salah satu kompetensi utama seorang pemandu wisata (*tour guide*). Penguasaan bahasa Inggris menjadi krusial karena bahasa ini berfungsi sebagai sarana komunikasi internasional yang memungkinkan masyarakat lokal memperkenalkan potensi wisata, budaya, dan kearifan lokal kepada wisatawan mancanegara secara efektif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris masyarakat Desa Wisata Karawang agar mampu menjalankan peran sebagai *tour guide* secara profesional. Metode yang digunakan meliputi pelatihan intensif bahasa Inggris pariwisata, praktik komunikasi langsung melalui simulasi pemanduan wisata, serta pendampingan berkelanjutan untuk membangun kepercayaan diri peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam penguasaan kosakata, kemampuan berbicara, serta sikap percaya diri peserta saat memandu wisatawan. Melalui kegiatan ini, masyarakat desa mulai menunjukkan kesiapan untuk menjadi pelaku utama dalam pengelolaan pariwisata lokal secara berkelanjutan. Program ini diharapkan menjadi langkah awal untuk menciptakan pemandu wisata lokal yang komunikatif, profesional, dan mampu meningkatkan citra positif Karawang sebagai destinasi wisata yang kompetitif di tingkat nasional maupun internasional.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu pilar utama pembangunan nasional yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, serta peningkatan devisa negara. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pemerintah daerah memiliki tanggung jawab untuk mengatur, mengelola, dan mengembangkan kegiatan pariwisata secara berkelanjutan di wilayahnya masing-masing. Dengan adanya otonomi daerah, setiap kabupaten dan kota diharapkan

mampu memanfaatkan potensi pariwisata lokal secara optimal agar dapat bersaing secara kompetitif, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat identitas budaya daerahnya.

Salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang dinilai efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal adalah pembentukan desa wisata. Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki karakteristik khas dan keunikan yang mencerminkan keaslian budaya, adat istiadat, lingkungan alam, serta pola kehidupan masyarakat setempat. Keberadaan desa wisata tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik wisata berbasis alam dan budaya, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro, pelestarian seni dan budaya lokal, serta penciptaan lapangan kerja baru. Menurut Lia Afriza (2020), pengembangan desa wisata harus dilakukan secara terpadu dengan memperhatikan tiga elemen utama, yaitu atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikelola dalam satu kesatuan sistem kehidupan masyarakat desa. Hal serupa juga ditegaskan oleh Rachmat Astiana (2021) dan Dewa (2022) bahwa penguatan potensi desa wisata merupakan strategi yang efektif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berbasis masyarakat.

Karawang sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Barat memiliki potensi pariwisata yang sangat beragam, mulai dari wisata alam, budaya, religi, sejarah, hingga wisata industri. Potensi tersebut menjadi modal penting untuk mengembangkan destinasi wisata yang berdaya saing tinggi, termasuk desa wisata. Namun, hingga saat ini, Karawang belum memiliki desa wisata yang diakui secara resmi sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Padahal, pemerintah daerah telah menetapkan arah pengembangan pariwisata yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Karawang Nomor 3 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah dan Peraturan Daerah Kabupaten Karawang Nomor 18 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pengelolaan Pariwisata. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar bagi masyarakat setempat untuk berperan aktif dalam membangun sektor pariwisata yang berkelanjutan.

Dalam konteks pengembangan desa wisata, keberadaan pemandu wisata (tour guide) memegang peranan yang sangat penting. Pemandu wisata merupakan ujung tombak dalam memberikan informasi, membangun citra positif destinasi, serta menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan bagi wisatawan. Salah satu kompetensi utama yang wajib dimiliki oleh pemandu wisata, khususnya dalam menghadapi era globalisasi dan meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara, adalah kemampuan berbahasa Inggris. Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi, menjawab pertanyaan wisatawan, menjelaskan sejarah dan budaya lokal, serta memperkenalkan produk-produk unggulan desa wisata kepada pasar global.

Kemampuan berbahasa Inggris juga akan meningkatkan rasa percaya diri masyarakat dalam berinteraksi dengan wisatawan asing, sekaligus memperluas jaringan pemasaran pariwisata desa. Dengan penguasaan bahasa Inggris yang memadai, masyarakat tidak hanya mampu menjadi pemandu wisata yang profesional, tetapi juga berpotensi mengembangkan berbagai usaha penunjang pariwisata seperti homestay, jasa transportasi lokal, penjualan cendera mata, hingga penyediaan makanan dan minuman khas. Hal ini sejalan dengan pandangan Dinar (2022) yang menyatakan bahwa pengembangan kapasitas masyarakat



dalam keterampilan komunikasi internasional merupakan salah satu faktor kunci dalam mewujudkan desa wisata yang berdaya saing.

Oleh karena itu, peningkatan kemampuan bahasa Inggris bagi masyarakat lokal yang terlibat dalam sektor pariwisata menjadi kebutuhan mendesak dalam upaya pembentukan Desa Wisata Karawang yang kompetitif. Melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan sebagai pemandu wisata (tour guide) berbahasa Inggris, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta sikap profesional dalam melayani wisatawan. Program ini juga diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata sebagai motor penggerak ekonomi desa, sehingga tercipta kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, pelaku usaha, dan masyarakat dalam mengembangkan destinasi wisata berbasis komunitas yang berkelanjutan.

2. Rumusan Konsep Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mendukung upaya pengembangan sumber daya manusia lokal yang kompeten dalam bidang pariwisata, khususnya dalam kemampuan berbahasa Inggris sebagai pemandu wisata (tour guide). Konsep kegiatan ini dilaksanakan melalui dua pendekatan utama, yaitu:

- **Sosialisasi**

Tahap ini bertujuan memberikan pemahaman kepada seluruh pemangku kepentingan mengenai urgensi penguasaan bahasa Inggris dalam menunjang pengembangan desa wisata. Materi sosialisasi meliputi penjelasan tentang peran pemandu wisata dalam membentuk citra destinasi, keterampilan komunikasi dasar dalam bahasa Inggris untuk interaksi wisatawan mancanegara, serta peluang ekonomi yang dapat muncul dari sektor pariwisata berbasis komunitas. Sosialisasi akan melibatkan berbagai mitra strategis, antara lain Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang, pemerintah desa, BUMDes, Pokdarwis, pelaku UMKM pariwisata, serta masyarakat pada 11 desa yang telah ditetapkan sebagai lokasi mitra.

- **Pelatihan dan Pendampingan Intensif**

Setelah tahap sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan teknis dan pendampingan berkelanjutan kepada masyarakat desa untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam bidang pemanduan wisata berbasis bahasa Inggris. Pelatihan ini akan mencakup:

- Penguasaan kosakata dan ungkapan umum dalam bahasa Inggris untuk pemandu wisata, teknik komunikasi dan pelayanan wisatawan asing, penyusunan narasi interpretatif mengenai potensi budaya, sejarah, dan alam setempat dalam bahasa Inggris, serta etika dan sikap profesional dalam melayani wisatawan.
- Pendampingan dilakukan secara kolaboratif bersama dosen dan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang, dengan mengacu pada standar kompetensi yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Selain itu, kegiatan ini juga akan memfasilitasi praktik langsung di lapangan agar peserta mampu mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh dalam situasi nyata.

a. Tujuan, Manfaat dan Dampak

- **Tujuan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki beberapa tujuan utama, yaitu:

- Meningkatkan kesadaran pemerintah daerah, perangkat desa, dan masyarakat akan pentingnya kemampuan bahasa Inggris dalam mendukung pengembangan Desa

Wisata Karawang.

- Memberikan pelatihan terstruktur mengenai penguasaan bahasa Inggris untuk pemandu wisata (tour guide) yang sesuai dengan standar kompetensi pariwisata nasional.
- Mengembangkan kapasitas masyarakat lokal agar mampu menjadi pemandu wisata profesional yang berdaya saing dalam menghadapi kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara.
- Mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah melalui penguatan sektor pariwisata berbasis komunitas.
- Manfaat
Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini antara lain:
 - Meningkatkan keterampilan komunikasi bahasa Inggris masyarakat desa sehingga mampu melayani wisatawan asing dengan lebih baik.
 - Memperluas promosi potensi pariwisata Karawang ke tingkat nasional dan internasional.
 - Memberikan kesempatan kepada dosen untuk melaksanakan salah satu unsur Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan.
 - Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah untuk memberdayakan masyarakat.
 - Mendukung kebijakan pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata berkelanjutan di Karawang.
- Dampak
Dampak jangka panjang yang diharapkan dari kegiatan ini adalah:
 - Terwujudnya masyarakat desa yang kompeten dalam bahasa Inggris dan mampu menjadi pemandu wisata profesional.
 - Terbentuknya destinasi Desa Wisata Karawang yang berdaya saing tinggi di tingkat nasional maupun internasional.
 - Tumbuhnya usaha-usaha ekonomi kreatif berbasis pariwisata yang dikelola oleh masyarakat lokal.
 - Meningkatnya pendapatan masyarakat desa dan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian daerah.

LANDASAN TEORI

1. Pariwisata

Pariwisata merupakan konsep yang sangat multidimensional. kegiatan pariwisata adalah kegiatan bersenang-senang (*leisure*) yang mengeluarkan uang atau melakukan tindakan konsumtif. Dampak pariwisata saat ini antara lain adalah: *pertama*, dampak ekonomi yaitu, sebagai sumber devisa negara; *kedua*, dampak sosial yaitu, sebagai penciptaan lapangan pekerjaan; dan yang terakhir adalah dampak kebudayaan yaitu, memperkenalkan kebudayaan dan kesenian.

2. Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut (Direktorat Jenderal Pariwisata :2009). Pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan



yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Kunjungan yang dimaksud bersifat sementara dan pada waktunya akan kembali ke tempat tinggal semula.

Pengertian pariwisata menurut UU Nomor 10 tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Agar sukses dan berkelanjutan, pengembangan dan pemasaran pariwisata perlu melibatkan berbagai unsur baik pemerintah, masyarakat dan pihak swasta. Menurut Kodhyat dalam Kurniansyah (2014) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ketempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial budaya, alam dan ilmu. Apabila ditinjau secara etimologi, Yoeti dalam Octavia (2015) istilah pariwisata sendiri berasal dari bahasa Sansekerta yang memiliki persamaan makna dengan *tour*, yang berarti berputar putar dari suatu tempat ke tempat lain. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa kata "pariwisata" terdiri dari dua suku kata yaitu "Pari" dan "Wisata". "Pari" yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap, dan "wisata" yang berarti perjalanan, bepergian".

Menurut Hunzieker dan Krapf dalam Octavia (2015), pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara". Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dibuat sintesa bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seorang atau sekelompok orang untuk sementara waktu dari suatu tempat ketempat yang lainnya dengan maksud untuk menikmati perjalanan tersebut atau dapat memenuhi hasrat dan keinginan masing-masing.

3. Prinsip Pariwisata

Prinsip pariwisata adalah membangun dan membentuk masyarakat lebih berkembang dan maju. Membantu dan membuka lapangan kerja, sehingga mampu mengurangi angka pengangguran disekitar objek wisata yang dibuka. Aturan dan tata tertib serta standar pariwisata diperlukan sebagai prinsip pariwisata. (Jamieson dan noble:2020) Adapun prinsip pariwisata dapat di formulasikan kedalam formulasi prinsip pariwisata yang berbasis 5 A. Menurut Cooper pada Febrina (2015), daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu: *Attraction* (Atraksi), *accessibilities* (Kemudahan), *amenities* (Amenitas atau fasilitas), *activities* (kegiatan wisata) dan *accomodation* (jasa pendukung pariwisata)".

4. Desa Wisata

Desa wisata adalah wilayah administrative desa yang memiliki potensi dan keunikan daya Tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di pedesaan dengan segala potensinya. Desa wisata dapat dilihat berdasarkan kriteria memiliki potensi daya Tarik wisata (Daya Tarik wisata alam, budaya dan buatan/karya kreatif), memiliki komunitas masyarakat, memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata, memiliki kelembagaan pengelolaan, memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata, dan memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan.

Dalam pengembangan desa wisata, prinsip pengembangan produk desa wisata:

- a. Keaslian : atraksi yang ditawarkan adalah aktivitas asli yang terjadi pada masyarakat di desa tersebut;
- b. Masyarakat setempat: merupakan tradisi yang dilakukan oleh masyarakat dan menjadi keseharian yang dilakukan oleh masyarakat;
- c. Keterlibatan masyarakat : masyarakat terlibat secara aktif dalam aktivitas di desa wisata;
- d. Sikap dan nilai: tetap menjaga nilai-nilai yang dianut masyarakat dan sesuai dengan nilai dan norma sehari-hari yang ada; dan
- e. Konservasi dan daya dukung : tidak bersifat merusak baik dari segi fisik maupun sosial masyarakat dan sesuai dengan daya dukung desa dalam menampung wisatawan.

Desa wisata mampu mengurangi urbanisasi masyarakat dari desa ke kota karena banyak aktivitas ekonomi di desa yang dapat diciptakan. Selain itu juga, desa wisata dapat menjadi upaya untuk melestarikan dan memberdayakan potensi budaya lokal dan nilai-nilai kearifan lokal (local wisdom) yang ada di masyarakat.

Terdapat 4 (empat) jenis desa wisata yang dapat menjadi acuan, antara lain:

- a. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam yaitu desa wisata yang menjadikan kondisi alam sebagai daya tarik utama seperti pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau dan berbagai bentuk bentang alam yang unik lainnya.
- b. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan adat tradisi dan kehidupan keseharian masyarakat menjadi daya tarik utama seperti aktivitas mata pencaharian, religi maupun bentuk aktifitas lainnya.
- c. Desa wisata kreatif yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan aktivitas ekonomi kreatif dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan, maupun aktivitas kesenian yang khas menjadi daya tarik utama.
- d. Desa wisata berbasis kombinasi merupakan desa wisata yang mengkombinasikan antara satu atau lebih daya tarik wisata yang dimiliki seperti alam, budaya dan kreatif.

Pengembangan Desa Wisata harus difokuskan pada pengembangan yang terintegrasi dan kolaboratif dari 5 unsur penting pentahelix yang terdiri dari masyarakat (komunitas/ lembaga kemasyarakatan), pemerintah, industri, akademisi dan media sebagai katalisator.

1. Akademisi

Peran akademisi disini adalah berbagi informasi dengan pelaku stakeholder. Akademisi berperan sebagai konseptor, seperti melakukan standarisasi proses bisnis serta sertifikasi produk dan ketrampilan pada sumber daya manusia.

2. Bisnis

Bisnis tersebut ialah pengelola, warung masyarakat, pelaku usaha yang berperan sebagai enabler yang menghadirkan fasilitas dan kualitas untuk kemajuan ekonomi daerah serta dapat membantu pengembangan wisata menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif.

3. Komunitas

Merupakan orang-orang yang berperan sebagai akselerator. Bertindak sebagai



pelaku, penggerak dan penghubung untuk membantu pengembangan pariwisata dalam keseluruhan proses sejak awal.

4. Pemerintah

Merupakan salah satu pemangku kepentingan yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan pariwisata, berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler. Dalam hal ini melibatkan semua jenis kegiatan seperti

perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, undang-undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan.

5. Media

Media berfungsi sebagai pemberi informasi, pendidikan, penghibur, dan sebagai pengontrol sosial. Media merupakan perangkat promosi yang mencakup aktivitas periklanan, personal selling, public relation, informasi dari mulut ke mulut (word of mouth), dan direct marketing serta berperan kuat untuk mempromosikan dan membuat brand image.

5. *Tour Guide*

Tour guide adalah individu yang memiliki pengetahuan mendalam tentang suatu tempat, budaya, sejarah, dan atraksi wisata, serta bertugas untuk memandu wisatawan selama perjalanan. Mereka tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga berperan sebagai penghubung antara wisatawan dan tempat yang mereka kunjungi.

Keterampilan yang diperlukan seorang *Tour guide* yang efektif harus memiliki berbagai keterampilan, antara lain:

1. Pengetahuan yang Luas: Memahami sejarah, budaya, dan informasi terkini tentang tempat yang dikunjungi.
2. Kemampuan Komunikasi: Mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan menarik.
3. Keterampilan Interpersonal: Mampu berinteraksi dengan berbagai jenis wisatawan dan memahami kebutuhan mereka.
4. Kemampuan Manajemen Waktu: Mengatur waktu dengan baik agar semua agenda dapat terpenuhi.
5. Keterampilan Problem Solving: Mampu mengatasi masalah yang mungkin muncul selama perjalanan.

6. Peran *Tour guide* dalam Pengalaman Wisata

Tour guide berperan penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif. Mereka tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membantu wisatawan memahami konteks budaya dan sejarah dari tempat yang mereka kunjungi. Dengan keahlian mereka, *Tour guide* dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung. *Tour guide* memainkan peran yang sangat penting dalam industri pariwisata. Dengan pengetahuan yang mendalam dan keterampilan komunikasi yang baik, mereka dapat memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi wisatawan. Namun, mereka juga harus siap menghadapi berbagai tantangan yang ada. Oleh karena itu, penting bagi calon *Tour guide* untuk terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

7. Konsep *Tour guide* dalam bahasa Inggris

Konsep *Tour guide* dalam bahasa Inggris merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan pariwisata yang berorientasi pada penggunaan bahasa Inggris sebagai



bahasa komunikasi utama. Konsep ini meliputi:

1. Pengembangan Bahasa Inggris untuk pemandu wisata, termasuk kosakata, tata bahasa, dan prononsiasi yang tepat.
2. Pengembangan Materi *Tour guide* yang terkait dengan pariwisata, termasuk informasi tentang tempat wisata, budaya, dan sejarah.
3. Pengembangan Keterampilan Komunikasi untuk pemandu wisata, termasuk keterampilan berbicara, mendengarkan, dan memahami bahasa Inggris.
4. Pengembangan Keterampilan Interpretasi untuk pemandu wisata, termasuk keterampilan menerjemahkan dan menginterpretasikan informasi tentang pariwisata.

Dalam kajian pustaka, konsep *Tour guide* dalam bahasa Inggris dapat dikaitkan dengan beberapa teori dan konsep, seperti:

1. Teori Komunikasi: konsep *Tour guide* dalam bahasa Inggris dapat dikaitkan dengan teori komunikasi, yang menjelaskan bagaimana informasi dapat disampaikan dan diterima dengan efektif.
2. Teori Pendidikan Bahasa: konsep *Tour guide* dalam bahasa Inggris dapat dikaitkan dengan teori pendidikan bahasa, yang menjelaskan bagaimana bahasa dapat diajarkan dan dipelajari dengan efektif.
3. Teori Pariwisata: konsep *Tour guide* dalam bahasa Inggris dapat dikaitkan dengan teori pariwisata, yang menjelaskan bagaimana pariwisata dapat dikembangkan dan dikelola dengan efektif.

METODE PELAKSANAAN

1. Strategi

Strategi yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini disusun untuk memastikan tercapainya tujuan pembentukan dan penguatan kapasitas desa wisata, terutama dalam aspek penguasaan bahasa Inggris sebagai sarana komunikasi pariwisata. Strategi tersebut meliputi:

- Sosialisasi untuk penyampaian informasi awal mengenai konsep Desa Wisata, potensi ekonomi kreatif, dan pentingnya penguasaan bahasa Inggris bagi pelaku wisata di desa.
- Pelatihan untuk meningkatkan keterampilan teknis masyarakat dalam mengelola daya tarik wisata, membuat paket wisata, dan melatih kemampuan komunikasi dasar dalam bahasa Inggris bagi pemandu wisata (*tour guide*).
- Pendampingan sebagai upaya keberlanjutan untuk membimbing masyarakat dalam menerapkan ilmu yang diperoleh, mengembangkan program wisata, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan domestik dan mancanegara.

2. Rencana Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama sebagai berikut:

- Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan fondasi awal untuk memastikan pelaksanaan program berjalan tepat sasaran, mencakup:

a. Survei

Survei dilakukan ke seluruh desa yang ada di Karawang, khususnya desa-desa yang memiliki potensi wisata alam, budaya, maupun buatan. Dari hasil survei, terdapat 11 desa yang menyatakan kesediaannya untuk berpartisipasi dan dikembangkan menjadi Desa



Wisata. Survei juga mencakup penilaian awal kemampuan masyarakat dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris, sehingga dapat dipetakan kebutuhan pelatihan secara tepat.

b. Pemantapan dan Penentuan Lokasi dan Sasaran

Tahap ini dilakukan dengan difasilitasi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang (Disparbud) sebagai langkah awal untuk menyamakan persepsi dan membangun komitmen semua pihak terkait konsep pengembangan Desa Wisata. Pertemuan koordinasi dilaksanakan untuk menetapkan desa sasaran dan kelompok masyarakat yang akan menjadi peserta utama kegiatan.

c. Penentuan Bahan/Materi dan Pembagian Tugas

Pada tahap ini dilakukan penyusunan materi pelatihan yang relevan, mencakup: Konsep pengelolaan Desa Wisata, Kesadaran wisata (sadar wisata), Dasar-dasar komunikasi bahasa Inggris untuk kepariwisataan (hospitality English), Pengenalan istilah-istilah umum pariwisata dalam bahasa Inggris.

Pembagian tugas dilakukan dengan melibatkan akademisi sebagai tim pengabdian yang menyusun dan menyampaikan materi, sedangkan pihak Disparbud berperan sebagai fasilitator lapangan yang menjembatani pelaksanaan kegiatan dengan pemerintahan desa.

- Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan terdiri atas dua bagian utama, yaitu:

a. Tahap Pertama: Sosialisasi

Pada tahap ini dilakukan penyampaian informasi umum kepada masyarakat desa mengenai pentingnya kesadaran wisata, peluang ekonomi dari pengembangan Desa Wisata, dan perlunya keterampilan bahasa Inggris dalam menarik wisatawan mancanegara. Sosialisasi ini bersifat membangun motivasi awal dan menumbuhkan rasa memiliki terhadap potensi wisata di desa masing-masing.

b. Tahap Kedua: Pelatihan dan Pendampingan

Tahap kedua merupakan pelaksanaan pelatihan dan pendampingan teknis. Materi pelatihan mencakup penyusunan konsep Desa Wisata yang sesuai dengan instrumen dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, strategi promosi digital, dan pelatihan bahasa Inggris dasar untuk tour guide. Pendampingan dilakukan secara intensif untuk mendampingi kelompok masyarakat dalam mempraktikkan keterampilan yang diperoleh, termasuk praktik percakapan bahasa Inggris dalam situasi wisata (greeting, describing places, guiding tourists).

3. Rencana Keberlanjutan

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan dampak jangka panjang melalui model pembinaan berkelanjutan. Desa-desanya yang telah menunjukkan kesiapan menjadi Desa Wisata akan diarahkan untuk:

Membentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dengan anggota yang memiliki kemampuan komunikasi dasar dalam bahasa Inggris, Menyusun paket wisata berbahasa Inggris yang dapat dipasarkan kepada wisatawan mancanegara; Mengikuti program sertifikasi tour guide lokal untuk meningkatkan kualitas pelayanan; Menjalinkan kerja sama dengan sekolah menengah dan perguruan tinggi dalam program English for Tourism untuk memperkuat kapasitas sumber daya manusia desa.

Dari 11 desa peserta awal, nantinya akan teridentifikasi desa-desa yang benar-benar siap dan memenuhi kriteria sebagai Desa Wisata, khususnya dari aspek kemampuan masyarakat dalam menyampaikan informasi pariwisata secara komunikatif dalam bahasa

Inggris. Desa yang memenuhi syarat akan diusulkan untuk mendapatkan dukungan lanjutan dari pemerintah daerah dan pihak swasta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kemampuan bahasa Inggris sebagai pemandu wisata (tour guide) bagi masyarakat di wilayah calon Kabupaten Karawang berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Program dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Setiap tahapan memberikan hasil yang berbeda, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

a. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada awal program dengan melibatkan para pemangku kepentingan, seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang, pemerintah desa, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM pariwisata, dan perwakilan masyarakat dari 11 desa mitra.

Hasil yang dicapai pada tahap ini antara lain:

- Meningkatnya pemahaman peserta mengenai urgensi penguasaan bahasa Inggris dalam menunjang pengembangan desa wisata.
- Terbangunnya komitmen bersama antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas masyarakat untuk mendorong pembentukan Desa Wisata Karawang.
- Teridentifikasinya potensi wisata unggulan pada masing-masing desa, baik berupa wisata alam, budaya, religi, maupun wisata kreatif.

Sesi diskusi interaktif pada tahap ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki motivasi yang tinggi untuk terlibat aktif dalam pengembangan desa wisata, namun merasa masih kurang percaya diri dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris. Hal ini menjadi dasar untuk merancang pelatihan yang lebih aplikatif dan kontekstual.

b. Pelatihan Bahasa Inggris untuk Tour Guide

Tahap pelatihan teknis dilaksanakan secara intensif selama beberapa minggu dan difasilitasi oleh dosen serta mahasiswa dari Universitas Buana Perjuangan Karawang. Materi yang diberikan meliputi:

- Kosakata dasar dan ungkapan umum dalam bahasa Inggris untuk pemandu wisata (hospitality English).
- Teknik komunikasi dan pelayanan wisatawan asing.
- Penyusunan narasi interpretatif tentang budaya, sejarah, dan potensi alam desa dalam bahasa Inggris.
- Etika pelayanan dan sikap profesional sebagai pemandu wisata.

Peserta pelatihan menunjukkan perkembangan signifikan dalam aspek keterampilan berbicara (speaking) dan pemahaman kosakata (vocabulary building). Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan rata-rata skor sebesar 35% dari kemampuan awal. Selain itu, sesi praktik role-play dan simulasi tur juga membuat peserta lebih percaya diri berbicara langsung di hadapan wisatawan asing.

c. Pendampingan Lapangan

Setelah pelatihan kelas, dilakukan kegiatan pendampingan langsung di lapangan. Masyarakat dilibatkan dalam kegiatan simulasi pemanduan wisata pada beberapa objek

potensi di desa masing-masing. Pendampingan ini bertujuan untuk:

- Mengaplikasikan keterampilan bahasa Inggris yang telah dipelajari.
- Melatih kemampuan improvisasi dan manajemen waktu saat memandu wisatawan.
- Memberikan umpan balik langsung mengenai kekuatan dan kelemahan peserta dalam praktik pemanduan.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa peserta mulai mampu menyusun alur cerita wisata (storytelling) yang menarik tentang desanya masing-masing. Beberapa peserta bahkan telah mampu memandu tamu dari komunitas ekspatriat yang dihadirkan secara khusus sebagai wisatawan simulatif. Hal ini membuktikan bahwa penguasaan keterampilan bahasa Inggris secara praktis dapat dicapai dalam waktu relatif singkat jika dilatih secara terstruktur dan berkelanjutan.

2. Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan gambaran nyata bahwa penguatan kapasitas bahasa Inggris masyarakat desa sangat krusial dalam mendorong pengembangan desa wisata yang berdaya saing. Dalam konteks pembangunan pariwisata daerah, desa wisata menjadi strategi pengembangan berbasis komunitas yang terbukti mampu menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan budaya secara simultan.



Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif berbasis pentahelix (pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, dan media) sangat efektif untuk membangun ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Keterlibatan aktif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang sebagai regulator, Universitas Buana Perjuangan Karawang sebagai akademisi, pelaku UMKM desa sebagai sektor bisnis, serta media lokal untuk publikasi telah menciptakan sinergi yang positif dalam mendukung lahirnya Desa Wisata Karawang.

Secara teoritik, hasil ini memperkuat pandangan Lia Afriza (2020), Rachmat Astiana (2021), dan Dewa (2022) bahwa penguatan kompetensi sumber daya manusia menjadi kunci utama pengembangan desa wisata. Dalam konteks ini, kemampuan bahasa Inggris menjadi bentuk keterampilan komunikasi internasional yang berfungsi sebagai pintu masuk (entry point) untuk memperluas jejaring pasar pariwisata, meningkatkan pengalaman wisatawan, dan membentuk citra positif destinasi.

Temuan di lapangan juga menunjukkan bahwa masyarakat yang sebelumnya pasif mulai memiliki rasa percaya diri untuk mempromosikan desanya, membuat konten promosi sederhana dalam bahasa Inggris, dan menjalin interaksi awal dengan wisatawan asing. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kompetensi tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran (awareness) dan sikap profesional masyarakat sebagai pelaku wisata.

Dari sisi keberlanjutan, kegiatan ini membuka peluang besar untuk dikembangkan menjadi program reguler berskala kabupaten. Dengan pendampingan lanjutan, masyarakat dapat diarahkan untuk membentuk kelembagaan desa wisata, menyusun paket wisata, serta



mengelola usaha-usaha ekonomi kreatif seperti homestay, kuliner khas, transportasi lokal, dan cendera mata. Dengan demikian, program ini berpotensi memberikan dampak jangka panjang berupa peningkatan pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja lokal, serta penguatan identitas budaya Kabupaten Karawang sebagai destinasi wisata unggulan di Provinsi Jawa Barat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pendampingan masyarakat Desa Wisata Karawang dalam meningkatkan kemampuan bahasa Inggris untuk menjadi pemandu wisata (tour guide) telah berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari peserta. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dasar berbahasa Inggris, khususnya dalam hal percakapan sederhana, kosakata pariwisata, serta pengenalan budaya lokal dalam bahasa Inggris. Selain itu, kegiatan praktik lapangan yang dilakukan secara langsung di objek wisata desa mampu membangun rasa percaya diri peserta dalam memandu wisatawan, baik secara individu maupun berkelompok.

Kegiatan ini juga memberikan dampak sosial yang positif, seperti meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya penguasaan bahasa Inggris dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata lokal, serta tumbuhnya semangat kolaborasi antarwarga dalam memajukan potensi desa. Dengan adanya pendampingan ini, masyarakat desa mulai menunjukkan kesiapan untuk menjadi bagian dari pengelolaan pariwisata secara profesional dan berkelanjutan.

Saran

Agar keberhasilan kegiatan ini dapat berkelanjutan dan memberikan dampak jangka panjang, beberapa saran yang dapat diajukan antara lain:

- Pemerintah daerah dan pengelola Desa Wisata Karawang diharapkan dapat melanjutkan program pelatihan bahasa Inggris secara berkala dan terstruktur.
- Perlu adanya kerja sama antara desa wisata dengan lembaga pendidikan atau perguruan tinggi untuk mendukung penyediaan tenaga pelatih serta pengembangan materi pelatihan yang lebih mendalam.
- Diperlukan dukungan sarana prasarana, seperti media pembelajaran, buku panduan pariwisata berbahasa Inggris, dan fasilitas teknologi informasi untuk menunjang proses pembelajaran.
- Masyarakat desa diharapkan terus berlatih dan membiasakan penggunaan bahasa Inggris dalam aktivitas pariwisata sehari-hari agar keterampilan yang telah diperoleh dapat terus berkembang.

Dengan penerapan saran-saran tersebut, diharapkan Desa Wisata Karawang dapat tumbuh menjadi destinasi wisata unggulan yang tidak hanya memiliki daya tarik alam dan budaya, tetapi juga memiliki SDM lokal yang kompeten, komunikatif, dan mampu bersaing secara global.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alderson, P. (2019). Teaching English for tourism purposes: A study of needs and approaches. *Journal of Language Teaching and Research*, 10(4), 675–682.
- [2] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). Panduan pengembangan desa wisata. Kemenparekraf.



-
- [3] Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). English for specific purposes: A learning-centred approach. Cambridge University Press.
 - [4] Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). Sosiologi pariwisata. Andi Offset.
 - [5] Putra, I. M. A., & Sukmawati, N. L. (2020). Peningkatan kemampuan bahasa Inggris bagi pemandu wisata lokal. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 2(1), 25–32.
 - [6] Rachmawati, Y., & Sari, D. A. (2022). Pelatihan bahasa Inggris untuk meningkatkan kompetensi pemandu wisata desa. Jurnal Abdimas Pariwisata, 5(2), 101–110.
 - [7] Richards, G., & Hall, D. (2000). Tourism and sustainable community development. Routledge.
 - [8] Yoeti, O. A. (2008). Perencanaan dan pengembangan pariwisata. Pradnya Paramita.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN