

## KARAKTERISTIK, KEMAMPUAN BERBAHASA INGGRIS DAN PENGGUNAAN MEDIA PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DESA WISATA

Rini Riyantini<sup>1</sup>, Devi Suprasti<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Indonesia  
rinihoriyantini@gmail.com

### **Abstracts**

*Sustainable tourism development is a government priority, is not enough only infrastructuresupported, but the capacity of human resources as development agents are important. In order to improve Indonesian tourism quickly, it is necessary to have good communication skills between the local community and foreign tourists, e.a Englishability and the media used of SMEsactor. This study aims to describe the characteristics, English ability ,the media used and the relationship between English abilityand the media used of SMEs in the tourist village area. The method was an explanatory survey of 70 SMEs from the tourism village of Bogor Regency used the questionnaire. Descriptive analysis was performed using an average score and inferential analysis was performed using the Carl Pearson relationship test. The results showed that most of the UMKM practitioners were productive age, with male sex, undergraduate education, thry had a long business period and had more than one media. The English ability expressed by an average score 3.32 while the level of media usedamount 3.42. The result of Relationship test showed a very significant relationship between English ability and the media used of Bogor Regency SMEs with a value of  $r = 0.928$ .*

**Keywords:** Sustainable tourism development, English ability, media use

### **Abstrak**

Pembangunan pariwisata secara berkelanjutan menjadi prioritas pemerintah, tidak cukup hanya didukung infrastruktur saja, tetapi juga kapasitas sumber daya manusia sebagai pelaku pembangunan. Untuk meningkatkan Agar kepariwisataan Indonesia cepat dikenal diperlukan kemampuan komunikasi yang baik antara masyarakat setempat dengan Wisatawan Mancanegara (Wisman), yang salah satunya adalah kemampuan berbahasa inggris dan pemanfaatan media pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan menggambarkan karakteristik, kemampuan bahasa inggris dan pemanfaatan media serta membuktikan hubungan antara kemampuan berbahasa inggris dan pemanfaatan media pelaku UMKM di kawasan desa wisata. Metode yang digunakan adalah survey eksplanatif terhadap 70 orang pelaku UMKM desa wisata Kabupaten Bogor. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan skor rata-rata dan analisis inferensial dilakukan menggunakan uji hubungan Carl Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berusia produktif dengan jenis kelamin laki-laki, berpendidikan sarjana dengan usia produktif dan masa usaha cukup lama serta memiliki media lebih dari satu. Kemampuan penggunaan bahasa inggris dinyatakan dengan rata-rata skor sebesar 3,32 sedangkan tingkat penggunaan media memiliki skor rata-rata sebesar 3,42. Hasil uji hubungan ditemukan bahwa terdapat hubungan sangat nyata antara kemampuan berbahasa inggris dan penggunaan media pelaku UMKM Kabupaten Bogor dengan nilai  $r = 0,928$ .

**Kata Kunci:** Pembangunan pariwisata berkelanjutan, kemampuan berbahasa inggris, penggunaan media.

### **PENDAHULUAN**

Keberhasilan pertumbuhan sektor pariwisata Indonesia secara nasional pada tahun 2018 yang sangat pesat mencapai 12,58% memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan devisa,

sehingga sektor pariwisata pada pemerintahan periode tahun 2019-2024 menetapkan sebagai *leading sector* dan *core economy* Indonesia (Saepulloh, 2019). Namun, masih terdapat permasalahan pada beberapa destinasi,

diantaranya kualitas sumber daya manusia seperti yang disampaikan presiden Joko Widodo (Sulistiyono, 2019) yang harus ditingkatkan, sehingga memenuhi kapasitas untuk bekerja di sektor pariwisata. Sesuai dengan paradigma pembangunan berkelanjutan yang memiliki tujuan kesejahteraan masyarakat bukan hanya pertumbuhan ekonomi, sektor pariwisata harus berorientasi kepada manajemen sumber daya manusia, keunggulan kewilayahan serta pemeliharaan ekosistem.

Untuk mencapai digitalisasi wisata diperlukan kapasitas SDM yang menguasai teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang saat ini dapat digunakan melalui *smart phone*, sehingga menjadi penting untuk memetakan kapasitas masyarakat di wilayah destinasi wisata dalam menggunakan media dan bahasa inggris sebagai dasar analisis kebutuhan program peningkatan kapasitas SDM bidang pariwisata. Sektor wisata menjadi aspek potensial pembangunan berkelanjutan yang harus menjadi perhatian karena selain sebagai penghasil devisa sekaligus sebagai penggerak pembangunan wilayah destinasi tersebut yang meliputi peningkatan kapasitas SDM, komoditas unggulan, budaya serta wirausaha. Salah satunya adalah digitalisasi pariwisata di era 4.0, karena 40 % dari *global tour* dan *booking activity* dilakukan secara onlinedisampaikan *Deloitte Consulting Southeast* (Widiarini, 2019).

Kompetensi yang harus dimiliki di era globalisasi revolusi industri 4.0 adalah kompetensi untuk dapat berkomunikasi secara global dengan siapapun di belahan bumi ini. Penggambaran tingkat kemampuan bahasa inggris sebagai bahasa komunikasi pada era globalisasi dengan kemampuan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang terbuka ke segenap pelosok dunia dan hubungan antara keduanya merupakan informasi penting bagi penentuan kebijakan pemerintah dalam menyiapkan masyarakatnya menghadapi era globalisasi 4.0. Kapasitas SDM merupakan salah satu karakter pembangunan berkelanjutan yang harus diwujudkan selain pengembangan

produk kearifan lokal dan pemeliharaan ekosistem.

Hasil penelitian Wulansari dan Afifullah (2018) menunjukkan keterkaitan bahasa inggris dengan daya saing ekonomi, perkembangan sosial dan inovasi, sertarendahnya tingkat pendidikan, keengganan belajar masyarakat dan kurangnya program pelatihan peningkatan kualitas SDM dari stakeholder atau pemerintah menjadi faktor penghambat penguasaan bahasa inggris, yang berdampak terhadap layanan masyarakat kepada para wisatawan asing. Fakta lain menunjukkan negara yang tingkat kemahiran bahasa inggrisnya tinggi, cenderung memiliki pendapatan rata-rata lebih tinggi, kualitas hidup lebih baik, serta investasi yang lebih besar dalam penelitian dan pengembangan inovasi (Nugraha, 2019).

Kepemilikan destinasi dan keragaman wisata budaya, cagar alam, binatang, tempat sejarah, kuliner, jugawisata edukasi kehidupan desa serta ditetapkannya desa wisata oleh pemerintah, menyebabkan Kabupaten Bogor mengalami peningkatan jumlah wisatawan yang signifikan yaitu 7,96 juta pada tahun 2018 (Rahmawaty, 2019). Semakin banyak wisatawan berarti semakin besar peluang masyarakat desa wisata berkontribusi terhadap perkembangan kepariwisataan, baik keterlibatan langsung dalam aspek pelayanan maupun sebagai pelaku usaha berbasis potensi kewilayahan. Perkembangan TIK memberikan peluang yang sangat terbuka sekaligus tantangan kepada seluruh masyarakat untuk memperoleh serta memanfaatkan informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan, sehingga memperoleh peluang dalam meningkatkan kesejahteraan, dan ketika terjadi kesalahan dalam mengakses informasi yang menyesatkan dapat menyesengsarakan. Dalam memanfaatkan informasi di era globalisasi, TIK saat ini harus diimbangi dengan peningkatan aspek kematangan berfikir, kekuatan mental maupun intelektual yang cukup sehingga teknologi secara maksimal dapat bermanfaat bagi kesejahteraan manusia. Globalisasi teknologi informasi dan komunikasi juga dapat memengaruhi seluruh aspek kehidupan

masyarakat baik ekonomi, pendidikan, sosial budaya, politik, hukum, dan keamanan yang serba terbuka secara internasional, sehingga diperlukan kesiapan seluruh masyarakat di belahan dunia manapun. Keterbukaan informasi yang tanpa batas di seluruh dunia, sangat berdampak terhadap kehidupan masyarakat di Indonesia baik di desa maupun di perkotaan.

Beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji kemampuan bahasa Inggris masyarakat Studi persepsi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sebagai media pembelajaran bahasa Inggris menunjukkan hasil positif tetapi belum dimanfaatkan secara intensif (Suratno, Murniati, dan Aydawati; 2015), sementara Azehari (2015) menemukan bahwa pola komunikasi bahasa Inggris bersifat primer pada masyarakat di kampung Inggris Pare berdampak pada perubahan mata pencaharian dari petani menjadi wirausaha pariwisata. Semakin berkembangnya teknologi memberikan kontribusi terhadap perkembangan fasilitas yang diberikan oleh media sehingga dapat mengakses apapun tanpa batas, sehingga perlu pembelajaran bagaimana penggunaan media yang bermanfaat dalam mendukung peningkatan kemampuan bahasa Inggris (Meinawati, E dan Baron, R: 2019; Lathifah, Z dan Lubis, D,P: 2019) serta wirausaha (Sadede, M., Boham,A, Runtuwene, A: 2019; Kimathi, B.K, Mukulu,E., Odhiambo,R; 2019) dan jaringan informasi dengan konsumen (Torugsa, N. (Ann), Yawised, K., and O'Donohue, W:2019).

Kecakapan bahasa Inggris masyarakat Indonesia masih rendah sedangkan Malaysia memiliki kecakapan tinggi dan Vietnam kecakapan sedang (Nugraha, 2019). Kondisi ini memerlukan penanganan yang serius untuk meningkatkan kompetensi masyarakat Indonesia agar memiliki daya saing, baik di sektor publik maupun swasta. Terbentuknya AFTA memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku ekonomi Indonesia untuk dapat bersaing secara regional memperoleh pasar di dalam maupun di luar negeri. Hal ini diperlukan pengetahuan terkait jaringan ekonomi dan

perdagangan yang bersifat global.

Para pelaku usaha di Indonesia maupun angkatan kerja lainnya, harus siap melakukan perubahan sikap dan perilaku dalam menjalankan usahanya, karena Bahasa Inggris telah menjadi persyaratan kemampuan penting yang harus dimiliki oleh masyarakat pada era revolusi industri 4.0. Era ini telah menghubungkan seluruh lapisan masyarakat secara global ke seluruh penjuru dunia untuk bersaing di berbagai sektor industri. Data EF EPI 2018 menunjukkan 3 kota dengan perkembangan kecakapan Bahasa Inggris terbaik, yaitu Surabaya sebagai Best City, Bali sebagai Best Improvement Region dan Bandung sebagai Most Improved City (Nugraha, 2019).

Bonus demografi yang diperoleh saat ini harus dikelola dengan baik, sementara masih banyak anak muda di daerah berpendidikan rendah, sayang jika tidak diberdayakan (Sukiyo, 2019). Salah satu program yang melibatkan percepatan perkembangan masyarakat di wilayah pedesaan adalah program Desa Wisata. Biro Pusat Statistik merilis tahun 2018 terdapat kenaikan kunjungan wisman sebesar 12,58 % dibandingkan tahun 2017. Ini berpeluang bagi masyarakat yang memiliki kompetensi bahasa Inggris untuk dapat berkomunikasi dengan wisman terkait kewirausahaan di bidang perdagangan, pariwisata, maupun investasi.

Penelitian lain yang menggambarkan kemampuan pemasar produk pertanian dalam berbahasa Inggris dilakukan oleh Tanjung dan Siska R. (2017) di desa wisata Pangandaran dengan temuan bahwa kemampuan bahasa Inggris pemasar produk masih minim sehingga ketika melakukan transaksi komunikasi dengan turis dilakukan oleh pemandu wisata, para pemasar produk tidak dapat memasarkan langsung kepada turis asing sehingga pemasaran produk belum maksimal. Sedangkan temuan penelitian Swasta, I.B.J (2014) menunjukkan terdapat peningkatan kemampuan berbahasa Inggris sebesar 53,69 % dan kemampuan teknik kependamuan sebanyak 49,53% melalui pendidikan dan pelatihan, sehingga dapat meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan

mancanegara. Sebelumnya Purwaningsih (2013) melakukan survey yang membuktikan terdapat pengaruh antara kemampuan berbahasa verbal pemandu terhadap kepuasan wisatawan, dan motivasi untuk berkunjung kembali.

Media baru sebagai media telematik merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula (McQuail, 2110) memiliki karakteristik desentralisasi, kemampuan tinggi, komunikasi timbal balik serta kelenturan bentuk, isi, dan penggunaan. Sementara Lister dkk (2009:13) menyatakan terminologi media baru mengacu pada perubahan skala besar dalam produksi media, distribusi media dan penggunaan media yang berifat teknologis, tekstual, konvensional dan budaya dengan karakter digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan simulasi.

Karakter merupakan perilaku terpuji yang dilandasi oleh nilai-nilai berdasarkan norma agama, kebudayaan, hukum / konstitusi, adat istiadat dan estetika. Karakteristik didefinisikan sebagai kualitas sifat (Fauji dan Ernestifia;2018). Selanjutnya menurut Caragih dalam Fauji dan Ernestifia (2018 ) menyebutkan bahwa karakteristik merupakan ciri yang secara alamiah melekat pada diri seseorang yang meliputi umur, jenis kelamin, ras/suku, pengetahuan, agama/ kepercayaan. Karakteristik, penggunaan media dan kemampuan berbahasa inggris merupakan konsep yang saling berkaitan. Karakteristik menunjukkan identitas seseorang berdasarkan atribut yang dimiliki secara individual.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta, usaha kecil merupakan Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan paling banyak Rp 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;

atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan paling banyak Rp 2,5 miliar, dan usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai dengan paling banyak Rp 10 miliar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2, 5 miliar sampai dengan paling banyak Rp 50 miliar. Karakteristik pelaku UMKM selain identitas individunya, menurut Riyanti dalam Fauji (2018) meliputi pengenalan diri, mengelola dengan sasaran, berfikir kreatif, pemecah masalah, berfikir peluang dan pemikir obyektif.

Media pembelajaran dapat digambarkan sebagai sarana yang 1) memberikan kemudahan kepada peserta didik untuk lebih memahami konsep, prinsip, dan ketrampilan tertentu dengan menggunakan media yang paling tepat menurut sifat bahan ajar, 2) memberikan pengalaman belajar yang berbeda dan bervariasi sehingga lebih merangsang minat dan motivasi peserta didik untuk belajar, 3) menumbuhkan sikap dan ketrampilan tertentu dalam teknologi karena peserta didik tertarik untuk menggunakan atau mengoperasikan media tertentu, 4) menciptakan situasi belajar yang tidak dapat dilupakan peserta didik, 5) memperjelas informasi atau pesan pembelajaran, serta 6) meningkatkan kualitas belajar mengajar. Media merupakan sarana yang dapat dimanfaatkan oleh setiap individu atau koorporate dalam mendukung kegiatannya, sedangkan kemampuan berbahsa inggris merupakan keahlian seseorang dalam penguasaan bahasa asing yang dapat diperolehnya melalui proses pembelajaran secara formal ataupun non formal.

Ketiga aspek tersebut sangat berkaitan dengan proses pembelajaran, dan pembelajaran merupakan proses komunikasi (Susilana dan Riyana, 2009:1). Putri (2018:13) menjelaskan bahwa kemampuan berbahasa menjadi “sejauh mana seorang individu menguasai simbol dan arti bahasa.” Selanjutnya Tarigan (2005) menjelaskan bahwa berbicara adalah kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan serta menyampaikan pikiran, gagasan dan perasaan yang dapat didengar

(*audible*) danyang kelihatan (*visible*) memanfaatkan sejumlah otot dan jaringan otot tubuh manusia demi maksud dan tujuan gagasan-gagasan atau ide yang dikombinasikan dengan tujuan memberitahukan, melaporkan (*to inform*), menjamu, menghibur (*to entertain*), membujuk, mengajak, mendesak, meyakinkan (*to persuade*). Kemampuan ini yang diperlukan oleh pelaku UMKM dalam mengkomunikasikan produk yang ditawarkan kepada para wisatawan asing.

Kemampuan bahasa inggris secara umum terdiri atas 4 (empat) aspek, yaitu membaca (*reading*), menulis (*writing*), mendengarkan (*listening*), dan berbicara (*speaking*). Setiap aspek dapat diukur berdasarkan indikator yang meliputi tata bahasa dan pemilihan kata. Keterkaitannya dengan penelitian ini, untuk mengetahui gambaran kemampuan para pelaku UMKM desa wisata dalam berbahasa inggris tidak harus memenuhi keempat aspek tersebut, bahasa inggris diperlukan untuk berkomunikasi melalui media online/internet baik dengan sesama pelaku maupun dengan para konsumen yang terdiri dari konsumen domestik maupun turis. Untuk menunjang keberlanjutan usahanya, pelaku UMKM di area wisata yang dikunjungi wisman harus siap dengan segala keterampilan yang ada untuk dapat memberikan pelayanan yang prima terhadap pengunjung, sehingga merupakan keharusan bagi para pelaku UMKM untuk dapat berkomunikasi dalam memasarkan produk UMKM baik secara langsung maupun bermedia.

Pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran produk serta membuka jaringan peluang sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM. Penelitian Mosweunyan, L., Rambe, P., Dzansi, D. (2019) menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara jejaring bisnis media sosial dan daya saing mayoritas UMKM pariwisata. Media sosial digunakan untuk mempertahankan basis pelanggan mereka, meminta umpan balik dari pelanggan, menegaskan dominasi mereka di pasar, mempertahankan kontak antara rekan kerja mereka dan berbagi informasi. Berdasarkan penelitian sebelumnya serta memperhatikan

tuntutan perkembangan teknologi informasi, program prioritas pengembangan desa wisata, menjadi peluang usaha masyarakat dalam memasarkan produk unggulan lokal kepada para wisatawan sebagai implementasi pembangunan berkelanjutan. Seperti penelitian Sidiq, A.J. dan Resnawaty, R. (2017) merumuskan model pengembangan desa wisata yang berbasis partisipasi masyarakat lokal, pemerintah merumuskan kebijakan berdasarkan kebutuhan masyarakat sehingga tidak mendominasi. Selanjutnya Elmayantie, C. (2018) menemukan gambaran penggunaan internet sebagai media proses pembelajaran oleh guru-guru bahasa inggris serta membuktikan hubungan antara kemampuan penggunaan media dengan kemampuan bahasa inggris, sehingga dapat menjadi masukkan dalam program peningkatan kapasitas masyarakat di bidang bahasa inggris dan penggunaan media informasi.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme dengan pendekatan kuantitatif (Creswell: 2005:8). Jenis penelitian ini adalah survey eksplanatif yang bertujuan membuktikan hubungan antara kemampuan berbahasa inggris dan penggunaan media pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) desa wisata. Populasi dan sampel penelitian ini adalah para pelaku UMKM Kabupaten Bogor yang mengikuti acara gelar produk UMKM Kabupaten Bogor yang diselenggarakan oleh Institut Pertanian Bogor pada tahun 2019. Teknik sampel total digunakan dalam penelitian ini dengan memberikan kuesioner yang sebelumnya telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kepada seluruh pelaku UMKM yang mengikuti gelar produk sebanyak 70 orang.

Gambaran karakteristik pelaku UMKM terdiri atas usia, pendidikan, lama usaha, dan kepemilikan media, sedangkan karakteristik UMKM disajikan berdasarkan skala usaha mikro, kecil, menengah berdasarkan besarnya modal dan omset. Kemampuan bahasa inggris diukur berdasarkan indikator kemampuan responden yang terdiri atas kemampuan

membaca, memahami dan menginterpretasikan pesan dalam media sosial yang digunakan, kemampuan memahami pesan dalam memahami pesan komunikasi langsung dengan wisman serta dapat merespon pesan yang disampaikan, kemampuan menulis pesan di media, serta kemampuan dalam berbicara dalam bahasa Inggris dengan wisman. Kemampuan dalam menggunakan media diukur berdasarkan indikator frekuensi penggunaan media, pemahaman fungsi, tujuan dan keyakinan serta manfaat media, pemahaman fitur dalam media.

Data dianalisis secara statistik menggunakan teknik analisis deskriptif distribusi frekuensi (df) dan persentase (%) untuk menggambarkan karakteristik pelaku UMKM, skor rata-rata untuk menggambarkan tingkat kemampuan bahasa Inggris dan tingkat penggunaan media sosial dalam menjalankan UMKM serta analisis inferensial korelasional Carl Pearson Product Moment untuk membuktikan hubungan antara kemampuan bahasa Inggris dengan penggunaan media dalam menjalankan UMKM. Sedangkan uji hipotesis penelitian (H1) dilakukan dengan

menggunakan uji t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif karakteristik pelaku UMKM dapat dicermati pada tabel 1 yang menunjukkan bahwa usia produktif masih memiliki jumlah yang lebih banyak dari usia non produktif, artinya keberlangsungan pembangunan yang berkelanjutan dengan pemberdayaan potensi wilayah serta tercapainya kesejahteraan masyarakat di wilayahnya masih memungkinkan dalam jangka panjang karena generasi pelaku UMKM yang berusia produktif. Perbandingan antara pelaku UMKM yang laki-laki dan yang perempuan hampir sebanding, hal ini pun sejalan dengan asas pembangunan keberlanjutan terkait dengan kesetaraan gender, bahwa untuk menjadi sukses seorang pengusaha tidak hanya dapat dilakukan oleh laki-laki tetapi juga oleh perempuan. Gender juga erat kaitannya dengan jenis komoditas UMKM yang jenis kuliner, tata busana dan tata boga juga masih mendominasi. Aspek pendidikan memiliki komposisi yang hampir seimbang rata-rata berpendidikan sarjana, walaupun

Tabel 1. Karakteristik Pelaku UMKM

Karakteristik	Frekwensi (F)	Persen (%)
Usia		
a. Produktif	56	80,00
b. Non Produktif	14	20,00
Jenis kelamin		
a. Laki-laki	40	57,14
b. Perempuan	30	42,86
Pendidikan		
a. SMA	14	20,00
b. Sarjana	42	60,00
c. Pascasarjana	14	20,00
Lama Usaha		
a. Baru	23	32,86
b. Lama	47	67,14
Kepemilikan Media		
a. 1 Media	16	22,86
b. > 1 media	54	77,14
Skala Usaha		
a. Mikro	34	48,57
b. Kecil	35	50,00
c. Menengah	1	1,43

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Tabel 2. Kemampuan Berbahasa Inggris Pelaku UMKM

Aspek	Skor rata-rata
Membaca	3.30
Mendengar	3,30
Berbicara	3,34
Menulis	3,31
Kemampuan Berbahasa Inggris	3,32

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

yang berpendidikan SMA masih cukup banyak tetapi dari aspek pengalaman relatif telah lebih lama, dapat dicermati dengan lamanya usaha, sebagian besar sudah berpengalaman lebih dari 5 tahun. Lama usaha juga menunjukkan pengalaman dalam menjalankan UMKM, baik dalam bidang manajemen UMKM maupun pengetahuan bidang pemasaran serta pemanfaatan media sebagai pendukung kegiatan UMKM. Pengalaman merupakan proses pembelajaran secara praktis pelaku UMKM sehingga walaupun secara konseptual kurang memperoleh pendidikan formal, secara praktis menjadi proses pembelajaran.

Kepemilikan media dari pelaku UMKM juga memberikan karakter terhadap interaksi dan penggunaan media dalam menjalankan usahanya. Media yang dimaksud adalah internet yang dapat diakses melalui android dan sudah dimiliki oleh setiap orang saat ini. Setiap media memiliki karakter dan fungsi yang berbeda, sehingga semakin banyak akses jenis media semakin banyak relasi yang dapat dijangkau. Hal ini akan memberikan peluang yang lebih besar dan lebih luas dalam pengembangan UMKM. Untuk kepentingan promosi juga media dapat digunakan lebih efisien, karena selain biaya yang relatif murah juga bisa lebih menarik dan lebih cepat untuk mengirim pesan dalam berbagai bentuk. Skala usaha dari 70 UMKM yang disurvei masih dalam skala kecil dan mikro, yang skala menengah hanya terdapat 1 UMKM. Hal ini karena survey dilakukan pada saat gebyar UMKM yang pesertanya memang sebagian besar masih berskala mikro kecil.

Tingkat kemampuan berbahasa inggris dari hasil survey dapat dipelajari pada tabel 2. Perhatikan nilai skor rata-rata dari hasil survey, tingkat kemampuan bahasa inggris

dari para pelaku UMKM cukup baik, secara keseluruhan memiliki nilai  $> 3$ , artinya cukup memahami bahasa inggris dalam melakukan komunikasi baik secara langsung maupun melalui pesan media. Kemampuan berbahasa inggris diukur meliputi aspek membaca, mendengar, berbicara maupun menulis. Namun jika dibandingkan kemampuan membaca dan mendengar memiliki skor rata-rata lebih rendah dari pada berbicara dan menulis.

Keterkaitannya dengan program pembangunan pariwisata untuk menghasilkan devisa, orientasinya adalah turis mancanegara, sehingga pelaku UMKM yang akan menjadi pendukung destinasi wisata adalah komoditas produk unggulan yang dapat dihasilkan berdasarkan wilayah. Sehingga menjadi penting sebagai pelaku UMKM untuk dapat terus meningkatkan kemampuannya dalam berbahasa inggris untuk dapat memahami kebutuhan para turis mancanegara. Selain aspek berbicara untuk berkomunikasi dengan turis, aspek mendengar menjadi penting, tanpa memiliki kemampuan mendengar yang baik, belum tentu menjadi pembicara yang baik. Selanjutnya untuk dapat menjadi penulis yang baik juga harus banyak membaca dengan baik.

Tingkat penggunaan media para pelaku UMKM seperti terdapat pada tabel 3 juga sudah cukup baik, hal ini berkaitan dengan pengalaman / lama usaha yang rata-rata lebih dari 5 tahun memberikan kontribusi terhadap penggunaan media yang lebih lama pula. Frekuensi penggunaan media memiliki nilai rata-rata tertinggi diantara yang lainnya karena di lapangan diperoleh informasi bahwa hampir seluruh UMKM menggunakan media lebih dari 1, terutama media sosial dalam menjalankan usahanya. Tujuan penggunaan media dengan

Tabel 3. Penggunaan Media oleh Pelaku UMKM

Dimensi	Skor Rata-rata
Frekwensi penggunaan media	3,40
Pemahaman fungsi media	3,33
Tujuan penggunaan media	3,31
Keyakinan terhadap media	3,33
Fasilitas Fitur	3,31
Manfaat Media	3,34
Penggunaan Media	3,43

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

pemanfaatan fasilitas fitur media memiliki skor rata-rata paling rendah dibandingkan dengan aspek yang lainnya. Hal ini sangat terkait dengan kreatifitas dan penggunaan media disesuaikan dengan target UMKM.

Kreatifitas serta penentuan target pesan yang dibuat dalam media memerlukan kemampuan dalam berbahasa inggris karena yang menjadi khalayak sasaran adalah wisatawan asing, sedangkan fitur-fitur dalam media juga menggunakan bahasa inggris. Hal ini saling berhubungan, sehingga diperlukan kemampuan berbahasa inggris yang baik dalaam menulis pesan, memahami fitur dalam media, maupun penentuan target penggunaan media dan khalayak sasaran. Manfaaat media, fungsi media serta keyakinan terhadap media bahwa media dapat menunjang kegiatan UMKM, memiliki nilai skor rata-rata hampir sama adalah relevan. Ketika kita mengetahui fungsi media dan dapat menggunakan media sesuai dengan fungsinya.

Hasil analisis inferensial menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kemampuan berbahasa inggris (X)

dengan kemampuan penggunaan media (Y) pelaku UMKM Kabupaten Bogor sebesar 0,928\*\*, dengan tingkat kepercayaan 95%. Jika memperhatikan hubungan setiap indikator hubungan antara kemampuan berbahasa inggris membaca dan mendengar dengan tingkat penggunaan media berdasarkan indikator fasilitas fitur dan manfaat media memiliki tingkat signifikansi tertinggi sebesar 1,00\*\*. Hal ini sangat terkait dengan kondisi masyarakat di era globalisasi informasi yang kepemilikan media lebih dari 1 sehingga lebih sering membaca pesan dengan menggunakan berbagai fitur yang tersedia di media sosial serta lebih banyak memanfaatkan media untuk mendengarkan pesan masyarakat sudah memegang *smart phone* dengan digitalisasi media juga. Artinya media sosial yang dilengkapi dengan fasilitas fitur yang lengkap sehingga semua kebutuhan pengguna dapat terpenuhi termasuk pembelajaran bahasa inggris.

Namun terdapat indikator yang memiliki nilai korelasi paling kecil diantaranya korelasi antara pemahaman fungsi media dengan

Tabel 4. Hubungan Kemampuan Berbahasa Inggris dengan Pemanfaatan Media pelaku UMKM

Dimensi	Frekwensi penggunaan media	Pemahaman fungsi media	Tujuan penggunaan media	Keyakinan terhadap media	Fasilitas Fitur	Penggunaan Media
Membaca	0,831**	0,879**	0,766**	0,869**	1,000**	1,000**
Mendengar	0,831**	0,879**	0,766**	0,869**	1,000**	1,000**
Berbicara	0,927**	0,733**	0,773**	0,813**	0,962**	0,962**
Menulis	0,755**	0,818**	0,887**	0,808**	0,924**	0,924**
Kemampuan Berbahasa inggris	0,861**	0,839**	0,813**	0,856**	0,993**	0,993**

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

kemampuan bahasa inggris dalam berbicara. Hal ini sejalan dengan jawaban responden terhadap pemanfaatan fungsi media untuk pembelajaran bahasa inggris belum maksimal, karena belum memahami dan menggunakan sepenuhnya bahwa pembelajaran bahasa inggris dapat dilakukan dengan menggunakan media. Kemudian hubungan antara indikator kemampuan berbahasa inggris menulis pesan dengan frekuensi penggunaan media. Dapat dicermati tingkat kemampuan berbahasa inggris menulis juga memiliki rata-rata skor yang lebih rendah dari rata-rata skor kemampuan lainnya.

Nilai hubungan antara kemampuan berbahasa inggris membaca, mendengar dan tujuan penggunaan media keduanya hanya memiliki nilai hubungan yang lebih rendah dari indikator lain karena dengan kemampuan lainnya. Hal ini sangat terkait dengan tingkat kemampuan berbahasa inggris membaca dan mendengar yang juga lebih rendah.

#### SIMPULAN

Berdasarkan rumusan tujuan penelitian serta hasil uji analisis data, dapat disimpulkan bahwa gambaran karakteristik Pelaku UMKM Kabupaten Bogor sebagian besar termasuk usia produktif (80%), sebagian besar responden laki-laki (40%), pendidikan pelaku UMKM didominasi lulusan sarjana (60%), memiliki pengalaman sebagian besar lebih dari 5 tahun serta sebagian besar memiliki media lebih dari 1(77,14%). Karakteristik skala usaha termasuk kepada skala kecil (50%), hanya 1,43 % yang berskala menengah yang menjadi sampel penelitian. Gambaran kemampuan berbahasa inggris pelaku UMKM sudah cukup baik memiliki skor rata-rata 3,32, sedangkan kemampuan penggunaan media memiliki skor rata-rata lebih baik dari pada kemampuan berbahasa inggris yaitu 3,42.

Hasil analisis korelasional menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat nyata antara kemampuan berbahasa inggris dengan kemampuan penggunaan media yang dinyatakan dengan nilai  $r$  sebesar 0,993, artinya semakin tinggi kemampuan berbahasa inggris

semakin tinggi pula kemampuan penggunaan media. Temuan yang cukup menarik dapat menjadi masukan dalam perumusan kebijakan penyusunan program percepatan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam menunjang keberhasilan pembangunan kepariwisataan secara berkelanjutan terutama peningkatan pelayanan kepada wisatawan.

Diperlukan penelitian lanjutan dengan area yang lebih luas terutama pada destinasi wisata yang menjadi program unggulan sehingga dapat menjadi pemetaan kesiapan masyarakat menjelang 4.0 dengan digitalisasi wisata.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Affulloh, M dan Wulansari, D. (2018, Maret 28). *Pemetaan Kebutuhan Bahasa Inggris Pada Masyarakat Daerah Potensi Wisata Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung*. Diakses dari [http://www.jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JSSH/article/view/2332](http://www.jurnalnasional ump.ac.id/index.php/JSSH/article/view/2332).
- Arifin, M. N. (2018, Juni). *Penilaian Otentik Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris*. Diakses dari <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/saintifikaislamica/article/view/94>.
- Azeharie S. (2015, Desember). *Pola Komunikasi Antara Pedagang Dan Pembeli Di Desa Pare Kampung Inggris Kediri*. Diakses dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/>
- Crresswell, J. W. (2004). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approach*, Sage Publication, Inc, California, USA.
- Elmayantie, C. (2018, Maret). *Pemanfaatan Internet dalam Pembelajaran Bahasa Inggris oleh Guru Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Palangka Raya*. Diakses dari <http://stmikplk.ac.id/jurnal/index.php/saintekom/article/view/51>.
- Fauji, Diah A.,S. dan Ernestivita G. (2015). *Analisis Karakteristik Pelaku UMKM*

- (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di Kota Kediri. Diakses dari [http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file\\_artikel\\_abstrak/Isi\\_Artikel\\_682440773977.pdf](http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_682440773977.pdf).
- Kimathi, B.K., Mukulu, E., Odhiambo, R. (2019). *Effect Of Innovation On The Performance Of Small And Medium Enterprises In Kenya*. Diakses dari <https://www.ajpojournals.org/journals/index.php/IJE/article/view/381>.
- Lathifah, Z dan Lubis, D.P. (2008, Pebruari). *Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Perkembangan Usaha Kecil Dan Menengah Kuliner Wilayah Solo Raya*. Diakses dari <http://biofisika.journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/25123>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory (6th edition)*. London: Sage.
- Meinawati, E dan Baron, R. (2019). *Media Sosial Dan Pembelajaran: Studi Efektivitas Penggunaan Facebook Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris*. *Jurnal Tatsqif*; Jurnal Pemikiran dan Penelitian Pendidikan. 17 (1), 34-51. doi: <https://doi.org/10.20414/jtq.v17i1.679>.
- Mosweunyane, L., Rambe, P. & Dzansi, D. (2019). *Use of social media in Free State tourism small, medium and micro enterprises to widen business networks for competitiveness*. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 22(1), 1-10. a2780. Doi: <https://doi.org/10.4102/sajems.v22i1.2780>; On-line version ISSN 2222-3436;
- Nugraha, A. (2018, Desember 18). Bahasa Inggris Orang Indonesia Masih Rendah. Diakses dari <https://indopos.co.id/read/2018/12/18/159209/>
- Putri, S. O. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan Berbahasa Inggris Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran. *SI thesis, Pendidikan Administrasi Perkantoran*. Diakses dari <https://eprints.uny.ac.id/56239/1/05.%20SKRIPSI%20INDONESIA%20SHERLY%20OCTAVIANA%20PUTRI%2012402241061.pdf>
- Rahmawaty, L. (2019, Januari 5). Kunjungan Wisatawan Kota Bogor 2018 Lampau Targer. Diakses dari .
- Sadede, M., Boham, A., Runtuwene, A. (2019). *Peranan Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Bitung Guna Meningkatkan Pengetahuan Berbahasa Inggris Masyarakat Dalam Melayani Wisatawan Di Pulau Lembeh*. *Acta Diurna Komunikasi*, 8 (2), 2-10. diakses dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/23344>.
- Saepulloh, R. (2019, Oktober 18). Genjot Sektor Pariwisata, Arief Yahya Butuh Lulusan Standar Global. Diakses dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read252222/genjot-sektor-pariwisata-arief-yahya-butuh-lulusan-standar-global>
- Sidiq, A. J., dan Resnawaty, R. (2017). *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat*, Prosiding Ks: Riset & Pkm 4 (1), 1-140; doi: <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14208>.
- Sulistiyono, S. T. (2019, Juli 15). Jokowi Sebut Ada Enam Masalah Seusai Tinjau 5 Tempat Wisata. Diakses dari <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/07/15/jokowi-sebut-ada-enam-masalah-seusai-tinjau-5-tempat-wisata>
- Suratno A., Murniati, C. T, Aydawati, E. N. (2015, September 23). *A Study Of The Perceptual Beliefs And The Use*

- Of Information And Communication Technology For Language Learning*. Diakses dari <http://lmas.undip.ac.id>.
- Susilana, R. dan Riyana, C. (2009). *Media Pembelajaran, Hakekat, Pengembangan, Pemanfaatan dan Penilaian*. Bandung: Wacana Prima.
- Swasta, I.B.J. (2014, Oktober). Peran Pendidikan, Pelatihan Bahasa Inggris, Dan Teknik Kepemanduan Dalam Pengembangan Mina Wisata. Diakses dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/cp/article/view/2391>.
- Tarigan, H. G. (2005). *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Torugsa, N. (Ann), Yawised, K., and O'Donohue, W. (2019, maret 2). *Social Customer Relationship Management in Small and Medium Enterprises: Overcoming Barriers to Success; Part of the Management and Industrial Engineering book series (MINEN)*. Diakses dari [https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-13229-3\\_7](https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-13229-3_7).
- Widiarini, A. D. (2019, Agustus 28). Pentingnya Membangun Ekosistem Pariwisata Digital di Era Industri 4.0. Diakses dari <https://travel.kompas.com/read/2019/08/28/120143427/pentingnya-membangun-ekosistem-pariwisata-digital-di-era-industri-40>.