

## Pelatihan *English For Spesific Purposes (ESP)* untuk Pemasaran Digital Berbasis Budaya bagi Karyawan PT. Bali Sundaram Travel

I Nyoman Kardana<sup>1\*</sup>, Dewa Ayu Kadek Claria<sup>2</sup>, Ni Made Suwendri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Bahasa Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Warmadewa, Jl. Terompong No.24, Sumerta Kelod, Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, Bali, Indonesia.

E-mail: [ikardana@yahoo.com](mailto:ikardana@yahoo.com)

\* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2249>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 09 August 2025

Revised: 15 August 2025

Accepted: 21 August 2025

#### Kata Kunci:

Complaints, Upselling,  
Cross Selling, Travel.

#### Keywords:

Handling Complaints,  
Upselling, Cross-Selling,  
Travel.



### ABSTRACT

Pertumbuhan usaha pada sektor pariwisata di Bali berkembang sangat pesat sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat. Keadaan persaingan bisnis yang tidak dapat dihindari ini menuntut para pengusaha untuk memiliki strategi bisnis yang tepat agar minat konsumen tidak menurun. PT. Bali Sundaram Travel adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengaturan perjalanan wisata yang juga mengalami kendala tersebut. Permasalahan pertama yaitu terkait persaingan dalam mempromosikan produk berbasis aplikasi oleh Online Travel Agent (OTA). Permasalahan yang kedua yaitu terkait upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan dengan mengembangkan konten promosi berbasis budaya dalam bahasa Inggris. Dari kedua permasalahan tersebut kemudian dilakukan pelatihan secara khusus untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris karyawan dalam bidang pelayanan terutama dalam bidang *handling complaints* dan *upselling*.

*The rapid growth of businesses in the tourism sector in Bali has created fierce competition. This unavoidable business competition demands the development of appropriate business strategies to avoid the decreasing interest of buyers. PT. Bali Sundaram Travel, as one of the companies engaged in travel management services, also faces these challenges. The first issue relates to competition in promoting app-based products by Online Travel Agents (OTA). The second issue concerns the efforts to increase sales by developing culture-based promotional content in English. To address those two challenges, specific training was conducted to improve employees' English skills in the service sector, especially for handling complaints and upselling.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** I Nyoman Kardana, et al (2025). Pelatihan English For Spesific Purposes (ESP) untuk Pemasaran Digital Berbasis Budaya bagi Karyawan PT. Bali Sundaram Travel, 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2249>

## PENDAHULUAN

PT. Bali Sundaram Travel adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengaturan perjalanan wisata. Perusahaan yang berkecimpung di bidang industri pariwisata ini telah berjalan selama lebih dari 10 tahun dan memiliki karyawan sebanyak 20 orang. PT. Bali Sundaram melayani dan menyediakan berbagai kebutuhan konsumen yang dibutuhkan baik sebelum maupun selama melakukan perjalanan wisata. Perusahaan yang secara resmi bergabung dalam *Association of Indonesian Tour and Travel Agencies (ASITA)* pada tahun 2019 ini juga memiliki kendala yang sama di dunia industri pariwisata yaitu menyangkut persaingan bisnis. ASITA yang merupakan wadah bagi para pelaku usaha yang bergerak di bidang jasa perjalanan wisata ini memiliki anggota sebanyak 402 anggota. Jumlah yang tercatat tersebut merupakan jumlah yang sangat masif dalam persaingan bisnis.

Munculnya agen perjalanan wisata berbasis aplikasi atau yang lebih dikenal dengan istilah online travel agent (OTA) juga mampu mendisrupsi cara berbisnis agen perjalanan konvensional yang telah

berjalan selama ini Suryantara (2019). Beberapa agen perjalanan konvensional saat ini mulai merambah *e-commerce* sebagai salah satu upaya untuk bertahan di tengah gempuran OTA. Persaingan untuk mempromosikan produk yang dimiliki dalam dunia bisnis digital ini sedikit terkesan seperti pertarungan bebas. Hal ini disebabkan karena banyaknya agen baru yang mencoba mengimbangi laju bisnis dengan perkembangan teknologi tanpa mempertimbangkan aspek budaya. Efek dari ketergesa-gesaan tersebut adalah kurang berhasilnya bentuk *e-commerce* yang ditawarkan agen perjalanan konvensional yang masih bertahan. PT. Bali Sundaram sudah memiliki akun instagram yang digunakan untuk memasarkan produk yang dimiliki dalam bentuk *e-commerce*, tetapi perlu ditambahkan dengan informasi budaya agar lebih menarik.

*English for Spesific Purposes (ESP)* adalah pendekatan pembelajaran bahasa Inggris yang dilakukan menyesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan tertentu (Upa & Lisanty, 2023). Pengajaran ESP dibagi menjadi dua yaitu EAP (*English for Academic Purposes*) dan EOP (*English for Occupational Purposes*). Pembelajaran EAP mengacu pada pembelajaran bahasa Inggris untuk kebutuhan akademis, sedangkan pembelajaran EOP mengacu pada pembelajaran bahasa Inggris untuk kebutuhan pekerjaan. Menurut Hutchinson & Waters (1987) suatu pelatihan harus mengacu pada aspek kebutuhan dan keinginan untuk menciptakan pembelajaran yang efektif. Pelatihan dengan model ESP menempatkan analisis kebutuhan atau *need analysis* terlebih dahulu yang kemudian diikuti oleh analisis keinginan Marsakawati (2022). Pelatihan ESP yang diterapkan pada PT. Sundaram Travel Bali berorientasi pada adanya kebutuhan khusus dari mitra terkait penggunaan bahasa Inggris yang menyesuaikan dengan kebutuhan di bidang pekerjaan yaitu agen perjalanan.

Sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Hutchinson & Waters (1987) terkait aspek kebutuhan dan keinginan yang harus diketahui sebelum dilaksanakannya pelatihan, maka dilakukan observasi lapangan terhadap mitra terlebih dahulu. Dari hasil observasi dan diskusi yang dilakukan bersama mitra, ditemukan bahwa saat ini mitra memiliki beberapa permasalahan yang perlu dicarikan solusi bersama. Permasalahan yang dihadapi mitra dan perlu dicarikan solusi ini mengusung konsep *need analysis*. Setelah melakukan pendalaman terhadap kebutuhan mitra kemudian muncul adanya bentuk keinginan untuk melakukan pelatihan sebagai jawaban dari permasalahan tersebut.

Permasalahan pertama yang dihadapi mitra adalah terkait maraknya persaingan industri dalam bidang pengaturan perjalanan wisata yang menuntut mitra untuk terus mengembangkan diri baik dari segi kualitas dalam pelayanan maupun dari segi promosi. Selama ini mitra cukup aktif dalam memberikan kesempatan bagi karyawan untuk mengembangkan diri terutama dalam hal pengetahuan bahasa Inggris dan pengembangan konten promosi berbasis budaya, tetapi karena adanya kesibukan dan padatnya jadwal pekerjaan sehingga hasil yang diperoleh belum maksimal.

Permasalahan yang kedua yakni terkait gencarnya penjualan paket perjalanan melalui *Online travel agent (OTA)* seperti Traveloka, Pegi-Pegi dan tiket.com yang tentunya dikhawatirkan dapat menggeser eksistensi agen perjalanan konvensional di era digital ini. Belakangan ini banyak agen perjalanan konvensional yang telah gulung tikar Anjastantri & Dewantara (2017). PT. Bali Sundaram merupakan salah satu agen perjalanan yang masih eksis di Tengah badai persaingan OTA. Dalam ranah akademik, strategi bersaing agen perjalanan konvensional ditengah munculnya OTA yang mendapat respon sangat baik dari masyarakat ini selalu menarik untuk diperbincangkan. Permasalahan yang ketiga yaitu terkait bentuk promosi yang sebaiknya ditonjolkan untuk menarik minat wisatawan. Hal ini disebabkan karena adanya kalkulasi terkait rata-rata pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali yang dari tahun ke tahun menunjukkan pertumbuhan penjualan yang semakin rendah Indriani & Malasari (2020). Adanya berbagai destinasi wisata yang baru tentunya menjadi salah satu faktor menurunnya minat dan kunjungan wisatawan. Hal ini dapat disiasati dengan kembali menonjolkan keunikan yang dimiliki oleh Bali seperti seni budaya dan adat istiadat yang menjadi daya tarik tersendiri.

Penjabaran atas permasalahan mitra yang telah disebutkan di atas menunjukkan bahwa pelatihan ini sangat penting untuk dilakukan di tengah isu persaingan biro perjalanan konvensional dan OTA. Pelatihan yang diperlukan adalah pelatihan bahasa Inggris untuk mempromosikan produk yang dimiliki oleh PT. Bali Sundaram Travel, pelatihan dalam pembuatan konten digital berbahasa Inggris dan sosialisasi terkait pengetahuan adat istiadat dan budaya yang dapat menjadi daya tarik untuk para wisatawan.

Pelatihan ini dilaksanakan dengan berlandaskan pada riset terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti. Penelitian tersebut adalah Kajian Linguistik pada Khazanah leksikon di Daerah Pariwisata

Sanur Kardana, et.all ( 2020), Problems in Teaching Tourism Register for English Spesific Purposes Claria et al., (2020), Model Komunikasi Multimodal pada Website Biro Perjalanan Wisata Rajistha & Claria (2019) dan Eksistensi Budaya Lokal dalam Perkembangan Pariwisata di Nusa Penida (Suwendri et al., 2021).

## METODE

Kegiatan pelatihan *English for Spesific Purposes* (ESP) untuk pemasaran digital berbasis budaya bagi karyawan PT Bali Sundaram Travel ini dibagi menjadi beberapa tahapan kegiatan yang rencananya akan berlangsung selama 8 bulan. Tahapan tersebut terdiri dari tahap persiapan, tahap perumusan masalah, tahap pelaksanaan kegiatan dan tahap evaluasi sebagai proses akhir dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

Pada tahap pertama, dalam mempersiapkan program pelatihan *English for Spesific Purposes* (ESP) untuk pemasaran digital berbasis budaya bagi karyawan PT Bali Sundaram Travel ini dilakukan osbervasi terlebih dahulu terhadap mitra yang kemudian dilanjutkan dengan mengumpulkan data terkait pengetahuan karyawan terkait bahasa Inggris untuk pelayanan, teknologi dan budaya sebagai dasar dari dilakukannya pelatihan. Pengumpulan data awal dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan pengisian kuesioner oleh karyawan PT. Bali Sundaram Travel. Hal tersebut dilakukan untuk melihat kemampuan dasar yang dimiliki oleh karyawan dan peningkatan yang diharapkan. Identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra dengan melakukan pengamatan dan wawancara tersebut kemudian dijadikan acuan untuk menentukan materi pelatihan yang diberikan. Materi pelatihan yang diberikan disesuaikan dengan permasalahan mitra yang diperoleh dengan metode needs and wants analysis oleh Hutchinson & Waters.

Tahap kedua merupakan tahapan perumusan masalah yang dilakukan dengan cara mengadakan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan Putu Bayu Eka Yustikarana, S.,E yang merupakan General Manager PT. Bali Sundaram Travel. Dengan berbekal rumusan masalah yang telah dimiliki sebelumnya kemudian dirumuskan materi yang diperlukan untuk diberikan pada karyawan PT. Bali Sundaram Travel. Hasil diskusi menunjukkan bahwa pengetahuan bahasa Inggris untuk pelayanan, penggunaan bahasa untuk pemasaran melalui *e-commerce* dan pengetahuan budaya merupakan materi yang disepakati untuk diberikan pada saat pelatihan. Solusi yang ditawarkan nantinya dirancang dalam bentuk draft yang kemudian didiskusikan untuk disetujui kedua belah pihak.

Tahap pelaksanaan yang terdiri dari sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan dengan melibatkan 3 dosen dari bidang ilmu yang berdeda dan 2 mahasiswa. Keterlibatan mahasiswa bertujuan untuk mendampingi karyawan selama prose pelatihan agar kegiatan dapat berjalan dengan maksimal. Pelatihan dibagi pelaksanaannya selama tiga minggu. Pada minggu pertama direncanakan adanya pelatihan awal terkait pemahaman tentang pengetahuan budaya yang akan disampaikan oleh Dra. Made Suwendri, M.Si. Tahap selanjutnya dilakukan pelatihan bahasa Inggris di bidang pelayanan dan pada minggu selanjutnya dilakukan pelatihan terkait bahasa Inggris pemasaran yang dapat digunakan pada media promosi. Pelatihan dapat tetap berlanjut dan dipantau di bulan-bulan selanjutnya sebagai proses evaluasi. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pengajaran interaktif dan komunikatif. Metode tersebut digunakan dengan harapan dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan bahasa Inggris karyawan.

Tahap terakhir yaitu melaksanakan monitoring dan evaluasi terhadap karyawan. Pemantauan secara berkala dilakukan pada tahap akhir untuk melihat keberhasilan pelatihan pada bulan-bulan selanjutnya. Pada tahap evaluasi ini dilakukan perbandingan kemampuan awal yang dimiliki oleh karyawan yang diperoleh dari hasil kuesioner sebelumnya. Hasil dari evaluasi tersebut nantinya akan dituangkan dalam bentuk grafik untuk mempermudah melihat keberhasilan dan capaian dari program pelatihan ini. Pada saat observasi awal diberikan kuesioner sederhana terkait kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam bidang bahasa Inggris, teknologi dan budaya. Hasil observasi tersebut kemudian digunakan sebagai acuan untuk melihat hasil akhir yang ingin dicapai setelah dilakukannya pelatihan. Target peningkatan IPTEKS yang diharapkan setelah dilakukannya pelatihan kepada

karyawan PT. Bali Sundaram Travel yang terbagi menjadi dua tim adalah: 1) Pada tim pertama yaitu tim *reservation* pada bidang bahasa Inggris diharapkan adanya peningkatan sebanyak 30% yaitu dari kemampuan yang dimiliki oleh karyawan sebelumnya sebanyak 70% menjadi 100%. Dalam bidang teknologi diharapkan adanya peningkatan sebanyak 20% dari kemampuan awal yang dimiliki sebanyak 80% menjadi 100%. Dalam bidang budaya diharapkan adanya peningkatan sebanyak 30% dari kemampuan awal yang dimiliki sebanyak 70% menjadi 100%. 2) Sedangkan pada tim *production* diharapkan adanya peningkatan sebanyak 40% dalam bidang bahasa Inggris. Hasil observasi awal menunjukkan kemampuan tim produksi yang fasih dalam menggunakan bahasa Inggris adalah sebanyak 70% dengan harapan setelah dilakukannya pelatihan menjadi 100%. Dalam bidang teknologi diharapkan adanya peningkatan sebanyak 10% dari sebelumnya sebanyak 90% menjadi 100%. Dalam bidang budaya diharapkan adanya peningkatan sebanyak 30% dari hasil sebelumnya sebanyak 70% menjadi 100%.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan industri pariwisata di Bali sebagian besar bergerak pada sektor akomodasi, perhotelan dan biro perjalanan. Pertumbuhan usaha pada sektor tersebut menciptakan persaingan yang semakin ketat. Keadaan persaingan bisnis yang tidak dapat dihindari ini menuntut para pengusaha untuk memiliki strategi bisnis yang tepat agar tidak tergerus ditengah kerasnya persaingan pasar Harsanti et al., (2017). Dalam persaingan bisnis, setiap perusahaan dituntut untuk menciptakan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu produk atau jasa yang ditawarkan tentunya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Strategi bersaing yang tepat di dunia bisnis merupakan kunci keberhasilan dari berbagai tuntutan yang muncul di dunia bisnis tersebut (Athar, 2016).

Melalui hasil observasi dan diskusi yang telah dilakukan bersama dengan mitra dari PT. Bali Sundaram Travel, dapat disimpulkan bawah secara umum mitra memiliki tiga permasalahan utama yang perlu untuk dicarikan solusi. Permasalahan pertama yaitu terkait bahasa Inggris untuk tujuan khusus dalam bidang pelayanan dan pemasaran. Permasalahan kedua yaitu terkait meyiiasi persaingan bisnis dengan OTA yang terkait dengan bentuk pemasaran produk dengan bahasa yang kreatif. Permasalahan yang terakhir adalah terkait minimnya unsur budaya yang dikemas dalam promosi karena mengimbangi laju bisnis yang cukup kencang sehingga promosi yang dilakukan oleh PT. Bali Sundaram Travel selama ini cenderung mengedepankan informasi harga.

Pada saat observasi awal, karyawan diberikan kuesioner sederhana terkait pengetahuan awal karyawan dalam bidang bahasa Inggris, teknologi dan budaya. Hasil observasi tersebut kemudian digunakan sebagai acuan untuk menetapkan target capaian keberhasilan dalam pelatihan. Terdapat dua tim yang terlibat dalam pelatihan yakni tim *reservation* dan *production*. Target peningkatan IPTEKS yang diharapkan pada kedua tim adalah: 1) Pada tim *reservation* diharapkan adanya peningkatan pengetahuan bahasa Inggris sebanyak 30% dari kemampuan yang dimiliki oleh karyawan sebelumnya sebesar 70% menjadi 100%. Dalam bidang teknologi diharapkan adanya peningkatan sebanyak 20% dari kemampuan awal yang dimiliki sebesar 80% menjadi 100%. Dalam bidang budaya diharapkan adanya peningkatan sebanyak 30% dari kemampuan awal yang dimiliki sebesar 70% menjadi 100%. 2) Sedangkan pada tim *production* diharapkan adanya peningkatan sebanyak 40% dalam bidang bahasa Inggris, peningkatan sebanyak 10% dalam bidang teknologi dan peningkatan dalam bidang budaya sebanyak 30%.

**Tabel 1.** Target peningkatan kemampuan karyawan PT Bali Sundaram Travel

No	Kelas	Bahasa Inggris		Teknologi		Budaya	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	Tim <i>Reservation</i> (10 Orang)	7 orang (70%)	10 orang (100%)	8 orang (80%)	10 orang (100%)	7 orang (70%)	10 orang (100%)
2	Tim <i>Production</i> (10 Orang)	6 orang (60%)	10 orang (100%)	9 orang (90%)	10 orang (100%)	7 orang (70%)	10 orang (100%)

Hasil pelatihan yang dilakukan di PT. Bali Sundaram menunjukkan bahwa terdapat peningkatan kemampuan baik dalam bidang bahasa Inggris, teknologi dan budaya. Kemampuan bahasa Inggris tim reservation meningkat dari 70% menjadi 100%, kemampuan teknologi meningkat dari 80% menjadi 100% dan kemampuan budaya meningkat dari 70% menjadi 100%. Kemampuan bahasa Inggris tim production meningkat dari 60% menjadi 100%, kemampuan teknologi meningkat dari 90% menjadi 100% dan kemampuan budaya meningkat dari 70% menjadi 100%. Peningkatan kemampuan ini dinilai dengan cara memberikan soal pra-test yang sama pada saat akhir pelatihan. Hasil post-test dengan soal yang sama menunjukkan adanya peningkatan kemampuan karyawan sesuai dengan yang diharapkan.

**Tabel 2.** Hasil post-test kemampuan karyawan PT. Bali Sundaram Travel

No	Kelas	Bahasa Inggris		Teknologi		Budaya	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	Tim <i>Reservation</i> (10 Orang)	7 orang (70%)	10 orang (100%)	8 orang (80%)	10 orang (100%)	7 orang (70%)	10 orang (100%)
2	Tim <i>Production</i> (10 Orang)	6 orang (60%)	10 orang (100%)	9 orang (90%)	10 orang (100%)	7 orang (70%)	10 orang (100%)

Materi yang diberikan dalam pelatihan bahasa Inggris adalah materi *English for Spesific Purposes* khususnya dalam bentuk *handling complaints* dan *upselling*. Pada saat pelatihan disampaikan hal-hal yang umumnya dapat menyebabkan seseorang memiliki keluhan dan cara mengatasinya dalam bahasa Inggris. Keluhan dapat muncul karena adanya perasaan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Beberapa jenis keluhan dapat diprediksi, sedangkan keluhan lainnya dapat berupa hal yang tidak terduga. Keluhan yang dapat diprediksi seringkali terjadi berulang, sehingga dapat dilakukan pelatihan untuk menanggulangi hal tersebut. Keluhan yang umum terjadi dalam bidang jasa perjalanan yaitu terkait ditunda atau dibatalkannya jadwal penerbangan, tidak siapnya akomodasi tempat tinggal, kemacetan dan kurang memuaskan pelayanan yang diberikan.

Pelatihan pertama terkait cara untuk mengatasi keluhan pelanggan dilakukan pada tanggal 11 Juli 2025. Pelatihan berlangsung selama 3 jam dengan melibatkan 20 orang peserta pelatihan dari PT. Bali Sundaram Travel dan 4 orang mahasiswa dari Universitas Warmadewa. Peserta pelatihan menyadari bahwa apabila keluhan pelanggan tidak ditangani dengan baik dapat mempengaruhi citra suatu perusahaan. Dalam dunia industri pariwisata, ulasan pelanggan dapat memberikan dampak pada keberlangsungan perusahaan baik itu meningkatkan atau menurunkan jumlah kunjungan.

Teori yang digunakan dalam pelatihan adalah teori Martin Joos (1976) terkait gaya bahasa dalam berkomunikasi. Dalam bukunya dijelaskan bahwa terdapat beberapa cara untuk mengekspresikan kemarahan yang tentunya sering ditemukan dalam dunia pelayanan, khususnya oleh karyawan PT. Bali Sundaram Travel. Bentuk kemarahan yang umumnya ditemukan adalah *blowing of steam* (menyampaikan kemarahan dengan menaikkan nada bicara kepada seluruh orang), *extreme politeness* (menyampaikan kemarahan dengan cara menjadi sangat sopan dengan menggunakan nama lengkap dan gelar), *silence* (mengarah pada bahasa tubuh tanpa ada kata-kata sedikitpun), dan *screaming and yelling* (berteriak dengan nada tinggi dan kata-kata kasar).

Selain itu materi terkait bentuk penjualan *upselling* dan *cross-selling* juga diberikan kepada para karyawan. Pemahaman terkait *upselling* adalah pemahaman umum yang telah diketahui oleh karyawan PT. Bali Sundaram Travel, akan tetapi untuk meningkatkan keberhasilan dari *upselling* tersebut perlu diberikan pengetahuan tambahan terkait *cross-selling* yang merupakan bagian dari *upselling*. *Upselling* adalah bentuk penawaran produk dengan memebujuk konsumen untuk mengupgrade pembelian atau menambahkan paket ke beberapa bentuk premium. Sementara itu *cross-selling* adalah menawarkan konsumen untuk membeli produk lainnya sebagai bentuk keuntungan dari pembelian produk pertama. Penggunaan bahasa Inggris yang tepat dalam bentuk *upselling* dan *cross selling* tentunya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen yang berujung pada meningkatnya penjualan.



**Gambar 1.** Peserta Pelatihan Bahasa Inggris di PT. Bali Sundaram Travel

### **SIMPULAN**

Pelaksanaan pelatihan yang dilakukan dalam kurun waktu tiga bulan ini menunjukkan hasil yang sangat baik. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat terpecahkan dengan memberikan materi bahasa Inggris yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna khususnya di bidang pengaturan perjalanan wisata atau travel agent. Materi yang tersebut mengerucut dalam bentuk *handling complaints* dan *upselling*. Penyampaian kedua materi tersebut bertujuan untuk meningkatkan performa pelayanan dan meningkatkan penjualan oleh karyawan PT. Bali Sundaram Travel. Hasil akhir dari pelatihan menunjukkan tercapainya target peningkatan kemampuan yang telah dicanangkan pada awal pelatihan pada saat pemberian pra-test. Peningkatan kemampuan dicapai oleh tim *reservation* dan *production*. Keberhasilan tersebut diukur berdasarkan hasil pra-test dan post-test yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan. Adanya peningkatan nilai yang diperoleh oleh peserta merupakan tolak ukur utama dari keberhasilan pelatihan yang diberikan.

Pelatihan bahasa Inggris bertajuk English for Spesific Purposes memberikan penyegaran baru ditengah kesibukan para karyawan PT. Bali Sundaram Travel. Materi terkait handling complaint dan upselling merupakan materi yang pada umumnya harus dikuasai oleh para karyawan yang bergerak di bidang pelayanan dan pengaturan perjalanan wisata. Pemberian pelatihan ini merupakan penyegaran kembali dan ajang sharing session sehingga hal serupa perlu untuk terus dilakukan..

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Warmadewa yang telah memberi dukungan finansial terhadap pengabdian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat di PT. Bali Sundaram Travel selama proses pelatihan sehingga pelatihan bahasa Inggris ini dapat berjalan dengan lancar.

### **REFERENSI**

- Anjastantri, W., & Dewantara, R. Y. (2017). Mempertahankan Eksistensi Traditional Travel Agency dalam Menghadapi Ancaman Online Travel Agency. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6), 151–156.
- Athar, H. S. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada PT. Mari Sana Ticket Station Mataram. *Onference on Management and Behavioural Studies* , 532–543.
- Claria, D. A. K., Kardana, I. N., & Rajistha, I. G. N. A. (2020). Modernization on balinese proverbs to express someone's emotion. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I8/PR280483>
- Harsanti, P. K., Dewi, N. I., & Sukartini, N. W. (2017). strategi Bersaing dengan Online Travel Agent (OTA) Menggunakan Pendekatan SWOT Analysis pada PT Mitra Global Holiday Bali, Unit Usaha MG Bedbank. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(3), 166–175.
- Hutchinson, Tom & Waters, A. (1987). *English for Spesific Purpose*. [https://www.academia.edu/4831921/English\\_for\\_specific\\_purposes\\_hutchinson\\_tom\\_waters\\_alan](https://www.academia.edu/4831921/English_for_specific_purposes_hutchinson_tom_waters_alan)

- Indriani, L., & Malasari, S. (2020). *PELATIHAN BAHASA INGGRIS DENGAN METODE TRADITIONAL GAMIFICATION UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN BERBAHASA INGGRIS DAN MELESTARIKAN KEBUDAYAAN DAERAH*. 3(2), 89–96.
- Kardana, I. N., Mahayana, I.M.A., & Rajistha, I. G. N. A. (2020). The Dynamics of Balinese Lexicon in Sanur Tourism Area: An Ecolinguistic Approach. *International Linguistics Research*, 3(4), 142.
- Marsakawati, N. P. E. (2022). ESP STUDENTS' USE OF APPRAISAL LANGUAGE IN TOURISM BLOGS. *IJEE (Indonesian Journal of English Education)*, 9(2), 289–310. <https://doi.org/10.15408/ijee.v9i2.24574>
- Ngurah, G., Rajistha, A., Ayu, D., & Claria, K. (n.d.). *The Implementation of Collocation in Promoting Tourist Destinations in Tour Website*. [www.ijassjournal.com](http://www.ijassjournal.com)
- Suryantara, A. B. (2019). Strategi Bersaing Agen Perjalanan Konvensional Di Era Digital: Studi Pada PT. Jasa Nusa Wisata. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 101–117. <https://doi.org/10.29408/jpek.v3i1.1658>
- Suwendri, N. ., Mardika, I. ., & Pidada, I. B. . (2021). Socio-Cultural Transformation of The People of Nusa Penida. *Proceedings of the 1st Warmadewa International Conference on Science, Technology and Humanity*, 101–115.