



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i6>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Kesalahan Interlanguage dalam Bahasa Inggris yang Digunakan oleh Pedagang di Destinasi Wisata Danau Toba terhadap Persepsi Wisatawan

Hajar Affiah^{1*}, Inda Arfa Syera².

¹STIE Muhammadiyah Asahan, Sumatera Utara, Indonesia, affiahhajar@gmail.com

²STIE Muhammadiyah Asahan, Sumatera Utara, Indonesia, indafirmansyah69@gmail.com

*Corresponding Author: affiahhajar@gmail.com

Abstract: *The main objective of this research is to identify the types and frequency of interlanguage errors in English used by traders at the tourist destination of Lake Toba, and also to analyze the impact of these errors on tourists' perceptions. This research was used a mixed-method approach, utilizing both qualitative and quantitative methods, includes surveys and observations as research designed. The qualitative method was conducted using the Nvivo application to identify frequently occurring words in the word frequency search data, displaying data analysis in the form of tables, Hierarchy Chart Mind Maps, and Hierarchy Chart Project Maps. Meanwhile, the quantitative method utilized SPSS through classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), multiple linear regression, and hypothesis testing (t test, F test and R² test). Data was collected through observations of interactions between traders and tourists, as well as the distribution of questionnaires to 30 tourists. The results of this study are based on the results of the Nvivo test, the types of interlanguage errors made by merchants in Lake Toba tourist destinations are pronunciation errors, grammatical errors and vocabulary errors. The result of quantitative research is that the variables of Interlanguage Error Type and Interlanguage Error Frequency have a significant effect on the Tourist Perception variable.*

Keyword: *English, Interlanguage, Perception, Tourism, Traders.*

Abstrak: Tujuan utama penelitian ini adalah mengidentifikasi jenis dan frekuensi kesalahan *interlanguage* dalam bahasa Inggris yang digunakan oleh pedagang di destinasi wisata Danau Toba, serta menganalisis pengaruh kesalahan tersebut terhadap persepsi wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif (*mix method*) dengan desain survei dan observasi. Metode kualitatif dilakukan dengan menggunakan aplikasi Nvivo, untuk mengetahui kata yang sering muncul dalam pencarian frekuensi kata data, menampilkan analisis data dalam bentuk tabel, *Hierarchy Chart Mind Map*, dan *Hierarchy Chart Project Map*. Sedangkan metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS melalui uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), regresi linear berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji F dan uji R²). Data dikumpulkan melalui observasi interaksi antara pedagang dan wisatawan, serta penyebaran kuesioner kepada 30 wisatawan. Hasil penelitian

kualitatif adalah berdasarkan hasil uji Nvivo, jenis kesalahan *interlanguage* yang dilakukan oleh pedagang di destinasi wisata Danau Toba yaitu kesalahan pengucapan (*pronunciation errors*), kesalahan tata bahasa (*grammatical errors*), dan kesalahan kosa kata (*vocabulary errors*). Hasil penelitian kuantitatif adalah variabel jenis kesalahan *interlanguage* dan frekuensi kesalahan *interlanguage* berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi wisatawan.

Kata Kunci: Bahasa Inggris, *Interlanguage*, Persepsi, Wisata, Pedagang.

PENDAHULUAN

Bahasa Inggris adalah bahasa Internasional dengan fungsi sarana penghubung serta sarana komunikasi antar individu yang memiliki bahasa yang berbeda (Nurhandini & Sulistyowati, 2024). Bahasa Inggris sering digunakan oleh pedagang di berbagai destinasi wisata di Indonesia, termasuk di kawasan Danau Toba. Panorama alam Danau Toba yang sangat indah sehingga cocok dikembangkan sebagai lokasi pariwisata Internasional (Christien et al., 2023). Kegiatan ekonomi di kawasan Danau Toba diharapkan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Diharapkan dengan pengelolaan dan pembinaan prima dapat meningkatkan potensi dan menarik wisatawan baik domestik ataupun wisman. Salah satu faktor penting dalam pengelolaan prima adalah komunikasi untuk memberikan pelayanan optimal, salah satunya adalah memberikan layanan informasi yang memadai. Adapun kunci layanan informasi yang optimal adalah kemahiran bahasa (Nasution et al., 2022). Kemahiran bahasa Inggris diperlukan untuk mendukung keberlangsungan pariwisata dalam rangka menambah penghasilan keluarga (Herminingsih, 2023).

Pedagang lokal, meskipun sebagian besar tidak memiliki latar belakang pendidikan formal dalam bahasa Inggris, sering berinteraksi dengan wisatawan asing untuk melakukan transaksi jual-beli. Dalam proses komunikasi ini, sering kali muncul kesalahan dalam penggunaan bahasa Inggris yang disebut *interlanguage* yang merupakan kesalahan yang dilakukan pembelajar karena pengaruh bahasa ibu (Muzaki & Darmawan, 2022). *Interlanguage* merupakan bagian dari proses pengembangan bilingualism. Secara umum, bilingualisme berarti mampu berbicara dalam dua bahasa (Affiah, 2021). *Interlanguage* fenomena di mana pembelajar bahasa asing menggunakan bahasa peralihan, yang merupakan kombinasi antara bahasa ibu dan bahasa target, dalam hal ini Bahasa Inggris. Kesalahan *interlanguage* dalam penggunaan Bahasa Inggris oleh pedagang di destinasi wisata Danau Toba merupakan fenomena yang menarik perhatian dalam konteks globalisasi dan pariwisata. Sebagai salah satu destinasi wisata terkemuka di Indonesia, Danau Toba menjadi sorotan utama bagi wisatawan domestik maupun internasional.

Namun, terdapat kecenderungan bahwa pedagang di sekitar Danau Toba sering kali menggunakan Bahasa Inggris dengan tingkat kefasihan yang bervariasi, yang mungkin dapat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap pengalaman mereka di destinasi ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki kesalahan *interlanguage* yang mungkin terjadi dalam komunikasi antara pedagang dan wisatawan, serta dampaknya terhadap persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata Danau Toba. Kesalahan *interlanguage* adalah penyimpangan dari norma bahasa Inggris yang diakibatkan oleh pengaruh bahasa pertama atau bahasa lain yang dikuasai oleh penutur (Eslami et al., 2023). Kesalahan ini dapat berupa kesalahan tata bahasa, kosakata, pengucapan, atau intonasi (Fishero et al., 2023). Kesalahan pengucapan bahasa Inggris dapat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap kualitas layanan dan profesionalisme lawan bicaranya (Pérez-Ramón et al., 2022).

Wisatawan mungkin merasa tidak nyaman, frustrasi, atau bahkan tertipu jika mereka tidak dapat memahami bahasa Inggris yang digunakan oleh masyarakat setempat (Iglesias,

2015). Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang digunakan di berbagai sektor, termasuk industri pariwisata (Moriarty, 2020). Pedagang di destinasi wisata sering kali menggunakan bahasa Inggris untuk berkomunikasi dengan wisatawan. Namun, kemampuan bahasa Inggris mereka tidak selalu sempurna dan dapat terjadi kesalahan (da Costa & Rose, 2024). Penelitian tentang kesalahan *interlanguage* dalam konteks pariwisata memiliki relevansi yang signifikan dalam pemahaman tentang komunikasi lintas budaya dan pengalaman wisatawan. Dengan memahami kesalahan *interlanguage* yang umumnya terjadi dalam interaksi pedagang dan wisatawan di Danau Toba, kita dapat mengidentifikasi area di mana penyempurnaan keterampilan bahasa Inggris dapat meningkatkan pengalaman wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor sosial, ekonomi, dan budaya yang mempengaruhi praktik komunikasi di destinasi wisata tertentu. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif serta peningkatan kualitas layanan di destinasi wisata populer seperti Danau Toba.

Penelitian mengenai *interlanguage* yang dilakukan oleh beberapa peneliti (Siadari & Claretta, 2023) yaitu menyimpulkan bahwa sebagai bentuk upaya dalam melestarikan budaya, nilai kearifan lokal, dan tradisi yang ada pada masyarakat batak di Danau Toba dan bertindak yang semestinya, dan sebagai sarana untuk memperkenalkan budaya, tradisi, adat kepada wisatawan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti yaitu penelitian ini meneliti tentang budaya, tradisi, dan adat kepada wisatawan dan metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif sedangkan peneliti meneliti tentang kesalahan *interlanguage* pedagang kepada wisatawan di Danau Toba dan metode penelitian ini menggunakan metode *mix method* yaitu campuran kualitatif dan kuantitatif. Penelitian yang dilakukan oleh (Utami & Santika, 2019) menyimpulkan bahwa terjadi penyimpangan pelafalan atau tata bunyi bahasa Inggris, pengubahan dan penyederhanaan kosa kata bahasa Inggris, serta penyimpangan penerapan kaidah tata bahasa Inggris yang baik dan benar. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti yaitu penelitian ini meneliti tentang penyimpangan pelafalan Bahasa Inggris dikarenakan dialek bahasa daerah yang ada di Kuta Bali dan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan peneliti meneliti tentang kesalahan *interlanguage* pedagang kepada wisatawan di Danau Toba dan metode penelitian ini menggunakan metode *mix method* yaitu campuran kualitatif dan kuantitatif.

Kemudian, Penelitian dilakukan oleh (Siregar & Sembiring, 2021) menyimpulkan bahwa persepsi wisatawan terhadap atraksi, aksesibilitas, dan amenities memberikan dampak yang sangat positif dan sangat baik pada destinasi wisata Danau Toba. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti yaitu penelitian ini meneliti tentang persepsi wisatawan terhadap atraksi, aksesibilitas, dan amenities terhadap daya tarik wisata alam di Danau Toba dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti meneliti tentang kesalahan *interlanguage* pedagang kepada wisatawan di Danau Toba dan metode penelitian ini menggunakan metode *mix method* yaitu campuran kualitatif dan kuantitatif.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, termasuk pedagang, pengelola destinasi wisata Danau Toba, dan wisatawan. Pedagang dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris mereka dan memberikan layanan yang lebih baik kepada wisatawan. Pengelola destinasi wisata Danau Toba dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengembangkan program pelatihan bahasa Inggris bagi pedagang. Wisatawan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk memahami bahasa Inggris yang digunakan oleh pedagang dan meningkatkan interaksi mereka dengan pedagang.

Inggris	7	671	4,80
Kesalahan	9	483	3,46
Wisatawan	9	363	2,60
Penggunaan	10	197	1,41
Interlanguage	13	180	1,29
Berkomunikasi	13	171	1,22
Kata	4	170	1,22
Kemampuan	9	154	1,10
Berbicara	9	137	0,98
Komunikasi	10	112	0,80
Pelayanan	9	108	0,77
Efektif	7	104	0,74
Belajar	7	102	0,73
Persepsi	8	101	0,72
Pelatihan	4	83	0,59
Faktor	11	76	0,54
Berinteraksi	4	60	0,43
Pengalaman	8	59	0,42
Sikap	12	56	0,40
Kosakata	7	54	0,39
Pengucapan	7	51	0,36
Turis	10	48	0,34
Berbahasa	11	47	0,34
Profesionalisme	9	43	0,31
Aplikasi	9	42	0,30
Interaksi	10	39	0,28
Percakapan	12	38	0,27
Praktik	9	34	0,24

Sumber: Hasil Olah Data Nvivo 12 Pro

Adapun fitur yang digunakan selanjutnya ialah *Hierachy Chart Mind Map*. Pada fitur ini dapat menghasilkan grafik jenis - jenis kesalahan Interlanguage yang dilakukan oleh pedagang di destinasi wisata Danau Toba. Pada gambar dibawah ini dapat dilihat bahwasannya yang merupakan jenis kesalahan yang dilakukan oleh pedagang yaitu kesalahan pengucapan (*pronunciation errors*), kesalahan tata bahasa (*grammatical errors*), dan kesalahan kosa kata (*vocabulary errors*).

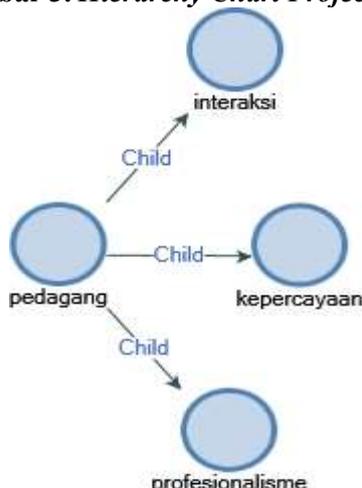
Gambar 2. *Hierachy Chart Mind Map*



Sumber: Hasil Olah Data Nvivo 12 Pro

Kemudian fitur yang digunakan selanjutnya ialah *Hierarchy Chart Project Map*. Pada fitur ini dapat menghasilkan grafik pada bagian pedagang ada 3 (tiga) yaitu interaksi, kepercayaan dan profesionalisme.

Gambar 3. Hierarchy Chart Project Map



Sumber: Hasil Olah Data Nvivo 12 Pro

Pedagang memiliki peran penting dalam mendukung pengalaman wisata di destinasi seperti Danau Toba. tidak hanya berperan sebagai penyedia barang dan jasa, tetapi juga sebagai bagian integral dari ekosistem pariwisata yang membantu menjaga keberlanjutan ekonomi lokal dan memberikan pengalaman otentik kepada wisatawan. Oleh karena itu, diharapkan pedagang harus mampu menguasai bahkan menciptakan 3 (tiga) elemen penting yaitu:

- a. Interaksi: pedagang terhubung dengan interaksi. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi dengan pelanggan (wisatawan) khususnya yang datang ke destinasi Wisata Danau Toba sangat penting dalam aktivitas perdagangan. Interaksi yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan hubungan sosial yang baik.
- b. Kepercayaan: dari interaksi muncullah kepercayaan. Ini mencerminkan pentingnya membangun dan mempertahankan kepercayaan dengan pelanggan (wisatawan) melalui ucapan dan perilaku yang baik. Kepercayaan yang tinggi dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara pedagang dan pelanggan.
- c. Profesionalisme: pedagang juga terhubung langsung dengan profesionalisme. Ini menandakan bahwa profesionalisme dalam berdagang, baik dalam hal pengetahuan produk, pelayanan, dan etika sangat penting untuk keberhasilan usaha. Profesionalisme biasanya berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Hasil Pengujian Kuantitatif

Uji Validistas

Uji validitas diartikan sebagai untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Instrument yang valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Berikut ini adalah hasil uji validitas:

Tabel 2. Hasil Uji Validistas

No Item	r hitung	r tabel 5 %	Sign	Kriteria r hitung > r tabel	Kriteria Nilai Sign (<0.05)
1	0.389	0.3610	0.000	valid	valid
2	0.411	0.3610	0.000	valid	valid
3	0.431	0.3610	0.000	valid	valid
4	0.378	0.3610	0.000	valid	valid
5	0.646	0.3610	0.000	valid	valid

6	0.461	0.3610	0.000	valid	valid
7	0.374	0.3610	0.000	valid	valid
8	0.403	0.3610	0.000	valid	valid
9	0.389	0.3610	0.000	valid	valid
10	0.411	0.3610	0.000	valid	valid
11	0.431	0.3610	0.000	valid	valid
12	0.378	0.3610	0.000	valid	valid
13	0.646	0.3610	0.000	valid	valid
14	0.461	0.3610	0.000	valid	valid
15	0.374	0.3610	0.000	valid	valid
16	0.403	0.3610	0.000	valid	valid
17	0.389	0.3610	0.000	valid	valid
18	0.411	0.3610	0.000	valid	valid
19	0.431	0.3610	0.000	valid	valid
20	0.378	0.3610	0.000	valid	valid
21	0.646	0.3610	0.000	valid	valid
22	0.461	0.3610	0.000	valid	valid
23	0.374	0.3610	0.000	valid	valid
24	0.403	0.3610	0.000	valid	valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil uji validitas dengan jumlah item pada instrument sebanyak 24 pernyataan. Hasil analisis membandingkan antara r_{tabel} dan r_{hitung} serta melihat kriteria nilai signifikan. Hasilnya diketahui dari 24 pernyataan dinyatakan semua item valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Suatu intrumen dapat diakui dan dipercaya sebagai alat ukur mengumpulkan data penelitian apabila instrument tersebut baik dan reliabel. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 3. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	24

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan *output* uji reliabilitas, diketahui N of Items (banyaknya item atau butir pertanyaan angket) ada 24 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.783. Karena nilai Cronbach's Alpha $0.783 > 0.60$ maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa ke-24 semua item pernyataan angket untuk variabel tersebut adalah reliabel atau konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

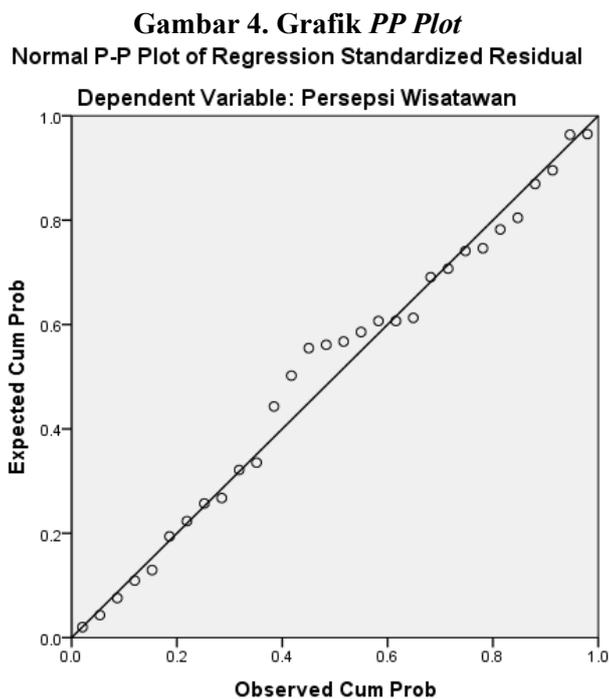
Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah metode One-Sample KolmogorovSmirnov Test. Hasil outputnya adalah:

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.46844772
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.054
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		.676
Asymp. Sig. (2-tailed)		.751
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

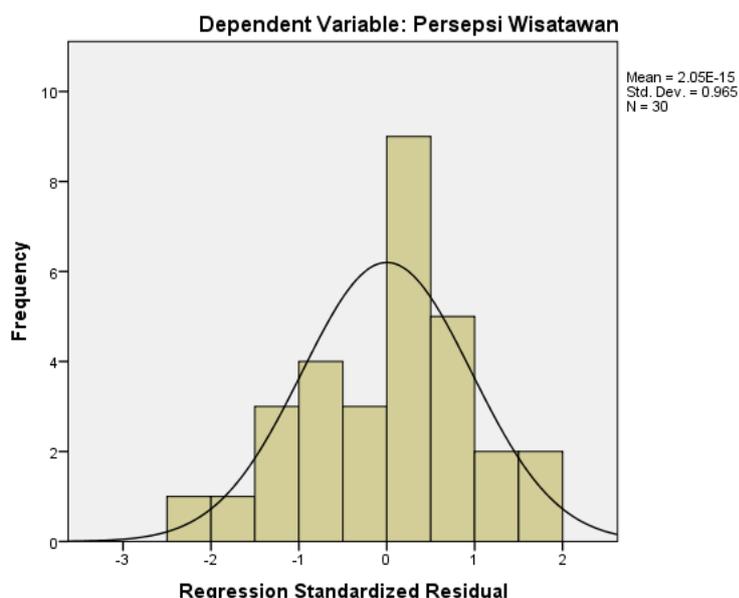
Berdasarkan *output* uji normalitas, dapat diketahui nilai asymp. sig (2-tailed) adalah $0.751 > 0.05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi. Hal ini juga dapat dilihat melalui gambar histogram dan PP Plot. Apabila pola penyebaran datanya disekitar garis diagonal dan mendekati arah garis diagonal maka dikatakan data berdistribusi normal Histogram dan grafik P Plot penelitian ini, yaitu sebagai berikut:



Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil *output* grafik PP Plot dapat disimpulkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 5. Grafik Histogram
Histogram



Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil *output* grafik histogram dapat disimpulkan bahwa data tidak berbentuk lonceng dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui apakah di dalam persamaan regresi terjadi gejala multikolinieritas, jika ada berarti sesama variabel independennya terjadi korelasi. Hasil *outputnya* adalah:

Tabel 5. Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Jenis Kesalahan Interlanguage	.730	1.370
	Frekuensi Kesalahan Interlanguage	.730	1.370

a. Dependent Variable: Persepsi Wisatawan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinieritas yaitu Nilai *tolerance* lebih dari 0.1 dan nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan *output* uji multikolinieritas diketahui bahwa:

- a. Variabel jenis kesalahan *interlanguage* memiliki nilai *tolerance* yaitu $0.730 > 0.1$ dan VIF yaitu $1.370 < 10$, maka bisa disimpulkan variable tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.
- b. Variabel frekuensi kesalahan *interlanguage* memiliki nilai *tolerance* yaitu $0.730 > 0.1$ dan VIF yaitu $1.370 < 10$, maka bisa disimpulkan variable tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser. Hasil outputnya adalah:

Tabel 6. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.610	1.604		2.250	.033
	Jenis Kesalahan Interlanguage	.057	.051	.233	1.109	.277
	Frekuensi Kesalahan Interlanguage	-.131	.065	-.424	-2.021	.053

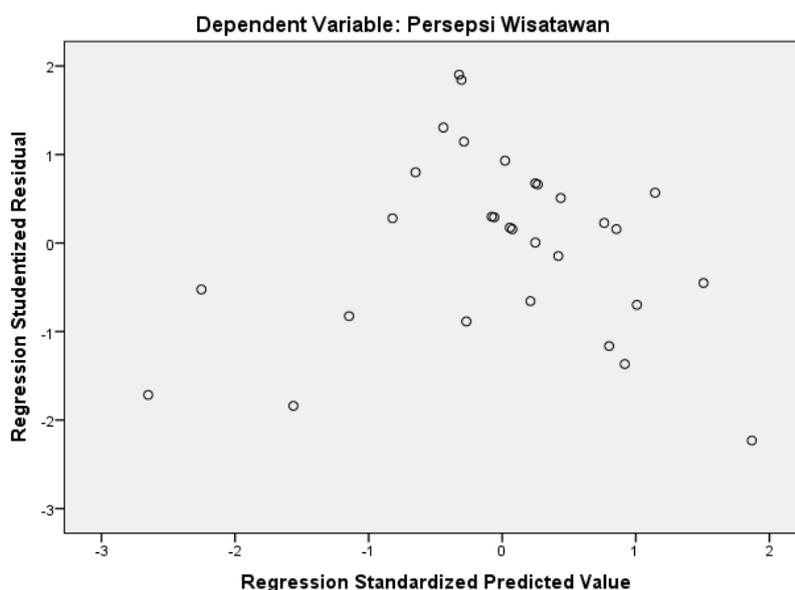
a. Dependent Variable: ABS RES

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan *output* uji heteroskedastisitas diketahui bahwa nilai signifikansi variable jenis kesalahan *interlanguage* sebesar $0.277 > 0.05$ dan nilai signifikansi variabel frekuensi kesalahan *interlanguage* sebesar $0.53 > 0,05$. Sehingga dapat diketahui nilai signifikansi variabel independen lebih dari 0.05 maka bisa disimpulkan data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan scatterplot. Apabila terdapat hasil yang menyebar nilai-nilai residualnya, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 6. Grafik Scatterplot

Scatterplot



Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil *output* grafik scatterplot dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0. sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Hasil outputnya adalah:

Tabel 7. Coefficients^a

Model			Unstandardized	Standardized	t	Sig.	
			Coefficients				
			B	Std. Error			Beta
	(Constant)		23.311	2.919	7.987	.000	
1	Jenis Kesalahan Interlanguage		.226	.093	.408	2.432	.022
	Frekuensi Kesalahan Interlanguage		.250	.118	.357	2.125	.043

a. Dependent Variable: Persepsi Wisatawan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil *output* uji regresi linear berganda dapat dibuat persamaan regresi linear seperti berikut ini: $Y = 23.311 + 0.226 X_1 + 0.250 X_2$

Arti yang dimaksud di dalam persamaan regresi linear berganda tersebut:

- a. Variabel Jenis Kesalahan Interlanguage memiliki koefisien regresi positif sebesar 0.226 memiliki arti bahwa jika Jenis Kesalahan Interlanguage meningkat, maka Persepsi Wisatawan akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- b. Variabel Frekuensi Kesalahan Interlanguage memiliki koefisien regresi positif sebesar 0.250 memiliki arti bahwa jika Frekuensi Kesalahan Interlanguage meningkat, maka Persepsi Wisatawan akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Uji Hipotesis

Uji simultan (F-Test)

Uji Simultan (F test) berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel X (independen) terhadap variabel Y (dependen) secara simultan (bersama). Hasil outputnya adalah:

Tabel 8. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.133	2	25.066	10.823	.000 ^b
	Residual	62.534	27	2.316		
	Total	112.667	29			

a. Dependent Variable: Persepsi Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Frekuensi Kesalahan Interlanguage, Jenis Kesalahan Interlanguage

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil *output* uji simultan, dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 10.823 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,72, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($10,823 > 2,72$). dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa Variabel Jenis Kesalahan Interlanguage dan Frekuensi Kesalahan Interlanguage berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap Variabel Persepsi Wisatawan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel X (independen) terhadap variabel Y (dependen) secara parsial (tersen diri/individu). Hasil outputnya adalah:

Tabel 9. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
	(Constant)	23.311	2.919		7.987	.000
1	Jenis Kesalahan Interlanguage	.226	.093	.408	2.432	.022
	Frekuensi Kesalahan Interlanguage	.250	.118	.357	2.125	.043

a. Dependent Variable: Persepsi Wisatawan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil *output* uji parsial (t test) diketahui bahwa:

- Nilai t hitung variabel jenis kesalahan *interlanguage* yaitu 2.432 dan t tabel 1.70329 sehingga nilai t hitung > t tabel (2.432 > 1.70329). Jika dilihat dari signifikansi dari variabel jenis kesalahan *interlanguage* sebesar 0.022 sehingga 0,022 < 0.05 persen. Ini menunjukkan bahwa variabel jenis kesalahan *interlanguage* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Variabel Persepsi Wisatawan.
- Nilai t hitung variabel frekuensi kesalahan *interlanguage* yaitu 2.125 dan t tabel 1.70329 sehingga nilai t hitung < t tabel (2.125 > 1.70329). Jika dilihat dari signifikansi dari frekuensi kesalahan *interlanguage* sebesar 0.043 sehingga 0.043 < 0.05 persen. Ini menunjukkan bahwa variable frekuensi kesalahan *interlanguage* berpengaruh terhadap Variabel Persepsi Wisatawan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui berapa persen pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil outputnya adalah:

Tabel 10. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.404	1.522

a. Predictors: (Constant), Frekuensi Kesalahan Interlanguage, Jenis Kesalahan Interlanguage

b. Dependent Variable: Persepsi Wisatawan

Berdasarkan hasil *output* uji koefisien determinasi, diketahui *R Square (Model Summary)* yang ada dalam hasil output regresi adalah 0.445 (44.5%). Sehingga, dapat dijelaskan bahwa variabel Jenis Kesalahan Interlanguage dan Frekuensi Kesalahan Interlanguage memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 44.5% terhadap Variabel Persepsi Wisatawan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji kualitatif olah data Nvivo jenis kesalahan *interlanguage* yang dilakukan oleh pedagang di destinasi wisata Danau Toba yaitu kesalahan pengucapan (*pronunciation errors*), kesalahan tata bahasa (*grammatical errors*), dan kesalahan kosa kata

(*vocabulary errors*). Hasil ini di dukung oleh hasil uji kuantitatif yaitu uji t (uji parsial) sebesar $0.022 < 0.05$ dimana jenis kesalahan *interlanguage* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Persepsi Wisatawan. Hasil yang tidak jauh berbeda juga berlaku pada frekuensi kesalahan *interlanguage* yang dilakukan oleh pedagang sebesar $0.043 < 0.05$ dimana frekuensi kesalahan *interlanguage* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Persepsi Wisatawan. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Supartini & Sulasmini, 2020) yang menyatakan bahwa ragam Bahasa yang digunakan dalam aplikasi Gojek adalah ragam Bahasa tulis dengan menggunakan 2 metode terjemahan yaitu *word to word* dan *literal translation method*. Persepsi wisatawan terhadap Bahasa Inggris yang digunakan dalam aplikasi Gojek agar menggunakan kata kunci saja dalam berkomunikasi mengirimkan pesan untuk menghindari kesalahan informasi.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil olah data Nvivo jenis kesalahan *interlanguage* yang dilakukan oleh pedagang di destinasi wisata Danau Toba meliputi pengucapan (*pronunciation errors*), kesalahan tata bahasa (*grammatical errors*), dan kesalahan kosa kata (*vocabulary errors*). Selanjutnya, berdasarkan uji parsial adalah variabel jenis kesalahan *interlanguage* dan frekuensi kesalahan *interlanguage* berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi wisatawan. Kesalahan *interlanguage* dalam bahasa Inggris yang digunakan oleh pedagang di destinasi wisata Danau Toba merupakan hal yang wajar dan dapat dipahami. Kesalahan ini mencerminkan proses pembelajaran bahasa yang berlangsung secara alami dalam situasi komunikasi nyata. Meningkatkan kemampuan bahasa Inggris pedagang lokal melalui pelatihan dan praktik yang lebih intensif dapat membantu mengurangi frekuensi kesalahan ini dan meningkatkan kualitas interaksi antara pedagang dan wisatawan. Dengan demikian, selain memberikan layanan yang lebih baik, para pedagang juga dapat membantu meningkatkan citra pariwisata Indonesia di mata dunia internasional..

REFERENSI

- Affiah, H. (2021). Javanese Speaker's Attitude Toward Their Speech Levels in Desa Danau Sijabut. *L'Geneus: The Journal Language Generations of ...*, 10(2), 59–67. <http://iocscience.org/ejournal/index.php/geneus/article/view/2159%0Ahttps://iocscience.org/ejournal/index.php/geneus/article/download/2159/1709>
- Christien, C., Ayu, P., & Wolter Parlindungan Silalahi. (2023). Analisis Multiplier Effect Pariwisata F1H2O Bagi Masyarakat Kawasan Danau Toba, Balige. *Pediaqu:Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 11775–11786.
- da Costa, N., & Rose, H. (2024). The Impact of Global Englishes Classroom-Based Innovation on School-Aged Language Learners' Perceptions of English: An Exercise in Practitioner and Researcher Partnership. *System*, 121(April), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.system.2024.103263>
- Eslami, Z. R., Raeisi-Vanani, A., & Anani Sarab, M. R. (2023). Variation Patterns in Interlanguage Pragmatics: Apology Speech Act of EFL Learners vs. American Native Speakers. *Contrastive Pragmatics*, 4(Desember), 27–63. <https://doi.org/10.1163/26660393-bja10068>
- Fishero, S., Sereno, J. A., & Jongman, A. (2023). Perception and production of Mandarin-Accented English: The effect of degree of Accentedness on the Interlanguage Speech Intelligibility Benefit for Listeners (ISIB-L) and Talkers (ISIB-T). *Journal of Phonetics*, 99(Juli), 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.wocn.2023.101255>
- Herminingsih, D. I. (2023). Pendampingan dan Peningkatan Kemampuan Berbahasa Inggris Masyarakat Sekitar Wisata Pantai Sine dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan di Era New Normal Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. *JANITA (Jurnal*

- Pengabdian Masyarakat Universitas Tulungagung*, 3(1), 5–13.
- Iglesias, M. (2015). Language Travel Demand: New Insights into Language Tourists' Perceptions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 199(Agustus), 149–156. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.499>
- Moriarty, E. (2020). “Sign to Me, not The Children”: Ideologies of language Contamination at a Deaf Tourist Site in Bali. *Language and Communication*, 74(September), 195–203. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2020.06.002>
- Muzaki, H., & Darmawan, A. (2022). Analisis Kesalahan Berbahasa Lisan Pada Kanal Youtube Fouly. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Metalingua*, 7(1), 55–62. <https://doi.org/10.21107/metalingua.v7i1.11420>
- Nasution, S. S., Kusumoriny, L. A., & Sitepu, S. S. W. (2022). English for Tourism Untuk Pedagang Di Kawasan Pantai Bandulu Untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Jual Beli. *Journal of Community Research and Service*, 6(2), 163–171. <https://doi.org/10.24114/jcrs.v6i2.37495>
- Nurhandini, H., & Sulistyowati, S. (2024). Permainan Bahasa dalam Penggunaan Bahasa Inggris oleh Pedagang Asongan di Pantai Kuta Lombok. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 7(1), 43–54. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v7i1.904>
- Pérez-Ramón, R., Lecumberri, M. L. G., & Cooke, M. (2022). Foreign Accent Strength and Intelligibility at the Segmental Level. *Speech Communication*, 137(Februari), 70–76. <https://doi.org/10.1016/j.specom.2022.01.005>
- Siadari, R. P., & Claretta, D. (2023). Persepsi Wisatawan Danau Toba Tentang Wisata Mistis Dyva Claretta Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(4), 104–112. <https://doi.org/10.30640/dewantara.v2i4.1693>
- Siregar, I., & Sembiring, R. W. (2021). Persepsi Wisatawan terhadap Program Pengembangan Destinasi Wisata Danau Toba Provinsi Sumatera Utara. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-VII*, 7(2), 64–72.
- Supartini, N. L., & Sulasmini, N. M. ayu. (2020). Ragam Bahasa Inggris dalam Aplikasi Go-Jek Sebagai Sarana Komunikasi dengan Wisatawan Sanur. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(01), 55–61.
- Utami, N. P. C. P., & Santika, I. D. A. M. (2019). Analisis Interferensi Bahasa Inggris oleh Pedagang Acung di Kawasan Pariwisata Kuta Bali. *Seminar Nasional INOBALI 2019 Inovasi Baru Dalam Penelitian Sains, Teknologi Dan Humaniora*, 443–450.