

PENELITIAN MANDIRI

BUDAYA DALAM BISNIS JEPANG

(Survey Terhadap Budaya Jepang pada
Perusahaan Jepang di Indonesia)

**OLEH:
Dance Wamafma**



**Jurusan Sastra Jepang
Fakultas Sastra
Universitas Kristen Maranatha
Bandung
2012**

Pengantar

Tugas pokok dosen sebagai insan akademik adalah melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu pilar dalam tugas itu ialah melakukan penelitian dimana penelitian itu dimaksud untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, melayani masyarakat, mencari dan menghasilkan inovasi baru demi kemajuan manusia.

Dalam kaitannya dengan itu, perlu adanya langkah kongkrit untuk merancang penelitian dalam bidang yang dikuasai oleh dosen bersangkutan. Disiplin yang sedang dilakukan ini terkait dengan bidang Budaya Jepang, yakni pola-pola kehidupan masyarakat pekerja dalam perusahaan. Tema ini sangat bersentuhan dengan mata kuliah bidang bahasa Jepang bisnis yang menjadi bagian budaya Jepang secara keseluruhan yang menjadi konsentrasi kurikulum di Jurusan Bahasa Jepang.

Penelitian ini dilakukan dengan harapan, apa yang akan ditemukan dapat menjadi pembandingan yang wajar terhadap nilai budaya kita. Lebih dari itu dapat menjadi modal yang cukup dan memperkaya khasana nilai berbisnis kita di Indonesia. Di masa depan, hasil penelitian ini juga akan sangat bermanfaat untuk menyiapkan kita memasuki dunia kerja bangsa Jepang.

Penulis

Daftar Isi

Pengantar

Daftar Is

Bab-I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian	2
1.3. Teori Pendekatan	2
1.4. Perumusan Masalah	2
1.5. Pembatasan Masalah Penelitian	3
1.6. Metodologi Penelitian	3
Bab II landasan Teori	4
2.1. Budaya dan Peradaban	4
2.2. Kajian Budaya	5
2.3. Budaya Jepang	6
2.2.1. Etika Orang Jepang	6
2.2.2. Etos Kerja Orang Jepang	7
2.3. Rangkuman Teoretis	8
Bab-III Pembahasan	9
3.1. Prinsip Utama	9
3.1.1. Pola Ayah	9
3.1.2. Hierarkhi	9
3.1.3. Gender	10
3.2. Prinsip Tata Cara	11
3.2.1. Tata Cara Makan	11
3.2.2. Sikap Sehari-Hari, Kedisiplinan, dan peraturan	11
3.3. Prinsip Interpersonal	13
3.3.1. Tutar Kata	13
3.3.2. Kartu Nama	13
3.3.3. Pembicaraan di Telepon	14
3.3.4. Pakaian	15
Bab-IV Kesimpulan	16
Daftar Pustaka	17
Lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Budaya berbentuk gagasan atau konsep-konsep yang dipelihara dalam masyarakat secara teratur dan hidup turun-temurun. Gagasan-gagasan itu direkam dalam bahasa yang menjadi penghubung dan alat komunikasi masyarakat. Budaya dikaji sebagai citra dan praktek yang menyediakan cara-cara, bentuk pengetahuan, dan tingkah laku yang diaplikasikan dengan suatu topik aktivitas sosial atau wilayah institusional tertentu dalam masyarakat (Hall, 1977:6). Budaya juga terbentuk dari suatu cara berbicara yang teregulasi dalam sesuatu yang menjadi tampak baik dalam perilaku maupun tutur kata. Budaya secara luas dapat diamati pada integrasi disiplin, seperti sosiologi, antropologi, dan juga sastra.

Berkaitan dengan hubungan antarbidang keilmuan, beberapa elemen yang disampaikan Bennet (1998) sebagai berikut, *'interdisiplin yang secara selektif mengambil berbagai perspektif dari disiplin lain untuk meneliti hubungan-hubungan antara kebudayaan dan politik. Budaya berkaitan dengan segala macam praktik lembaga dan sistem klasifikasi yang memungkinkan ditanamkannya nilai-nilai, keyakinan-keyakinan, kompetensi-kompetensi, rutinitas hidup dan bentuk-bentuk perilaku khas yang menjadi kebiasaan pada suatu populasi.'*

Jadi melalui aspek interdipliner itu kita pelajari berbagai hal termasuk nilai-nilai serta kekuasaan dalam suatu lembaga komunal yang saling berhubungan dan menyentuh jenis komunitas sosialnya, seperti gender, ras, kelas sosial, dan lain lain.

Aktivitas ekonomi masyarakat Jepang tidak terlepas dari nilai yang menjadi perilaku budaya dan aktivitas pokok yang memicu kebiasaan berbisnis secara optimal, terstruktur, dan terdefinisi. Orang Jepang membawa itu kemana saja mereka pergi. Dan dalam dunia bisnis, mereka pelihara itu dalam praktek komunal. Sehingga terbentuk tata cara baru sebagai prkatek kekuasaan, hubungan relasi, hierarkhi, dan berbagai tata cara berkehidupan social dalam perusahaan.

Apakah kebudayaan dalam bisnis ini masih relevan di industri Jepang yang ada di Indonesia? Untuk menjawab ini kami melakukan penelitian ini.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggambarkan pola kebiasaan yang menjadi sesuatu (entitas) yang hidup dan mengakar dalam masyarakat Jepang khususnya di dunia bisnis yang berbasis di perusahaan Jepang sebagai interferensi dari budaya Jepang umumnya. Apakah semua itu masih terbawa dalam perusahaan Jepang yang ada di Indonesia. Penggambaran terhadap itu akan diamati melalui survey ringan terhadap karyawannya.

1.3. Teori Pendekatan

Pendekatan budaya dan sosial, menjadi *grand teori* untuk mengkaji penelitian ini. Untuk mendapat gambaran hubungan antarbisnis dan perusahaan, secara teoretis kami gambarkan bahwa ada hubungan, di mana perusahaan merupakan bisnis yang memerlukan pekerja secara komunal. Interaksi antar peserta atau karyawan dengan atasannya dalam bisnis, sangat mendukung efektifitas produksi. Pendekatan peradaban, etika, dan etos kerja individu Jepang menjadi pendukung *grand teori* yang kami gunakan untuk melihat aspek praktek budaya yang ada di dalam perusahaan.

1.4. Perumusan Masalah

Masalah penelitian dengan tema 'Budaya dalam Bisnis Jepang' berfokus pada kata 'bisnis'. Menurut Wikipedia dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*. Akar kata dari kata *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, atau pun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya "bisnis pertelevisian." Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. Perusahaan merupakan bentuk bisnis yang pemiliknya memperkerjakan karyawan untuk mendapat profit.

Dari pandangan di atas kita melihat beberapa aspek penting, seperti adanya komunitas yang bersosialisasi untuk suatu tujuan profit. Dalam proses-proses pekerja itu, di dapati adanya interaksi yang berada dalam suatu alur komando yang kami sebut budaya tertentu atau budaya dalam bisnis atau perusahaan.

Maka rumusan kata bisnis dalam tema ini kami identikkan dengan perusahaan dalam pengertian komunitas yg beraktifitas dalam satu tujuan, yaitu untuk memperoleh

keuntungan. Berkaitan dengan itu, maka data yang akan disiapkan dalam penelitian ini memanfaatkan karyawan pada perusahaan tertentu sebagai responden. Komunitas itu akan disurvei untuk mendapatkan konfirmasi tentang masalah penelitian ini. Jadi kami rumuskan penelitian dalam konsep bagaimana budaya interaksi antarkaryawan dengan karyawan dan terhadap atasan dan sebaliknya dapat digambarkan dan dapat dijelaskan secara praktis dalam perusahaan Jepang di Indonesia. Apakah itu masih bertahan atau mengalami regulasi.

1.5. Pembatasan Masalah Penelitian

Budaya bisnis Jepang merupakan tema yang cukup luas, oleh karena itu, penelitian ini diarahkan pada analisis budaya Jepang yang terjadi di perusahaan Jepang yang hanya terdapat di Indonesia, dengan sampling di kota Bandung Jawa Barat.

1.6. Metodologi Penelitian

Menggunakan teknik *angket* untuk memperoleh data. Setelah data itu terkumpul, kami melakukan pengelompokan data untuk memberi rumusan pada perilaku data yang kami temukan. Untuk melengkapi data di atas, kami juga melakukan wawancara dan *book survey* terhadap lima sampel utama perusahaan dari populasi karyawan dalam 30 perusahaan di kota Bandung. Dari sampel itu di dapat 25 orang karyawan yang dijadikan sumber data.

Teknis analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan budaya bisnis terhadap hasil survey yang tersedia. Itu dilakukan dengan maksud mencari dan memperoleh hasil perilaku budaya yang terjadi di seputar perusahaan Jepang di Indonesia.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

2.1. Budaya dan Peradaban

Budaya memiliki begitu banyak perpektif untuk dimasuki, jauh lebih banyak dari pada bidang humaniora lainnya. Begitu banyaknya disiplin yang dapat mengungkap aktifitas manusia, karena budaya mengikuti umat manusia yang selalu bertumbuh dan berkembang. Kutipan dari buku *Culture Study*, melalui budaya, orang bisa melakukan hubungan yang baik, dan kebutuhan praktis lainnya seperti pembangunan masyarakat, mengembangkan sikap bijaksana dalam menghadapi serta menilai kebudayaan lain yang berpangkal pada pola perilaku manusia. Secara garis besar hal yang dibahas dalam teori kebudayaan adalah memandang kebudayaan sebagai, (a) Sistem adaptasi manusia terhadap lingkungan. (b) Sistem tanda. (c) Teks, baik memahami pola-pola perilaku budaya secara analogis dengan wacana tekstual, maupun mengkaji hasil proses interpretasi teks sebagai produk kebudayaan. (d) Fenomena yang mempunyai struktur dan fungsi, dll.

Wilhelm Dilthey dan Heinrich Rickert dalam *CulterStudy* mengatakan bahwa '*Salah satu cabang ilmu pengetahuan yang sangat mempengaruhi umat manusia selain ilmu alam, ialah ilmu pengetahuan budaya (Kulturwissenschaften) dimana type pengetahuan ini lebih menekankan pada upaya mencari tahu apa yang ada dalam diri manusia baik sebagai mahluk sosial maupun makhluk individu*'. Terutama yang berkaitan pada faktor-faktor yang mendorong manusia untuk berperilaku dan bertindak menurut pola tertentu. Upaya memperoleh pengetahuan berlangsung melalui empati dan simpati guna memperoleh pemahaman, yaitu suatu fenomena dengan menggunakan pendekatan ideografis (akal budi manusia).

Melalui akal budi ini manusia berkembang dan menghasilkan budaya yang lebih kompleks. Auguste Comte yang melihat suatu fenomena perkembangan masyarakat dengan menggunakan pendekatan *positivistik*. Jika ditilik tentang konsep kebudayaan, maka dapat dilihat dari dua sisi, yaitu, pertama, Konsep kebudayaan yang bersifat materialistis, yang mendefinisikan kebudayaan sebagai sistem yang merupakan hasil adaptasi pada lingkungan alam atau suatu sistem yang berfungsi untuk mempertahankan kehidupan masyarakat. Konsep kebudayaan bersifat idealistis, yang memandang semua fenomena eksternal sebagai manifestasi suatu sistem internal, kajian ini lebih dipengaruhi oleh pendekatan fenomenologi. Jadi kebudayaan dapat diartikan sebagai suatu fenomena sosial dan tidak dapat dilepaskan dari perilaku dan tindakan warga masyarakat yang mendukung atau menghayatinya. Sebaliknya, keteraturan, pola, atau konfigurasi yang tampak pada perilaku dan tindakan warga suatu masyarakat tertentu dibandingkan perilaku dan tindakan warga masyarakat yang lain, tidaklah dapat dipahami tanpa dikaitkan dengan kebudayaan.

Kebudayaan tidak bisa terlepas dari peradaban. Berikut ini beberapa dimensi dari peradaban, diantaranya, pertama, Adanya kehidupan kota yang berada pada tingkat

perkembangan lebih tinggi dibandingkan dengan keadaan perkembangan di daerah pedesaan. Kedua, Adanya pengendalian oleh masyarakat dari dorongan-dorongan elementer manusia dibandingkan dengan keadaan tidak terkendalinya atau pelampiasan dari dorongan-dorongan itu. Selain menganggap corak kehidupan kota sebagai lebih maju dan lebih tinggi dibandingkan dengan corak kehidupan di desa, dalam pengertian peradaban terkandung pula suatu unsur keaktifan yang menghendaki agar 'kemajuan' itu wajib disebarkan ke masyarakat dengan tingkat perkembangan yang lebih rendah, yang berada di daerah-daerah pedesaan yang terbelakang.

Peradaban sebenarnya muncul setelah adanya masa kolonisasi dimana ada semangat untuk menyebarkan dan menanamkan peradaban bangsa kolonial dalam masyarakat jajahannya, sehingga pada masa itu antara masyarakat yang beradab dan kurang beradab dapat digeneralisasikan sebagai corak kehidupan barat versus corak kehidupan bukan barat. Unsur lain yang terkandung dalam makna peradaban adalah kemajuan sistem kenegaraan yang jelas dapat dikaitkan dengan pengetahuan *civitas*. Implikasinya adalah bahwa penyebaran sistem politik barat dapat merupakan sarana yang memungkinkan penyebaran unsur-unsur peradaban lainnya. Corak kehidupan kota atau kehidupan yang beradab pada hakikatnya berarti tata pergaulan sosial yang sopan dan halus, yang seakan-akan mengikis dan melicinkan segi-segi kasar.

Dari penjelasan singkat ini kita bisa mengatakan bahwa peradaban adalah tatacara yang memungkinkan berlangsungnya pergaulan sosial yang lancar dan sesuai dengan norma-norma kesopanan yang berlaku dalam masyarakat.

2.2. Kajian Budaya

Dalam mengkaji kebudayaan, unit analisa atau obyek dari kajiannya dapat dikategorikan kedalam lima jenis data, yaitu, (a) artifak yang digarap dan diolah dari bahan-bahan dalam lingkungan fisik dan hayati, (b) perilaku kinetis yang digerakkan oleh otot manusia, (c) perilaku verbal yang mewujudkan diri ke dalam dua bentuk, yaitu (d) tuturan yang terdiri atas bunyi bahasa yang dihasilkan oleh pita suara dan otot-otot dalam rongga mulut dan (e) teks yang terdiri atas tanda-tanda visual sebagai representasi bunyi bahasa atau perilaku pada umumnya. Baik artifak, teks, mau pun perilaku manusia memperlihatkan tata susunan atau pola keteraturan tertentu yang dijadikan dasar untuk memperlakukan hal-hal itu sebagai data yang bermakna, karena merupakan hasil kegiatan manusia sebagai mahluk yang terikat pada kelompok atau kolektiva, dan karena keterikatan itu mewujudkan kebermaknaan itu.

Teori kebudayaan adalah usaha untuk mengonseptualkan kebermaknaan itu, untuk memahami pertalian antara data dengan manusia dan kelompok manusia yang mewujudkan data itu. Teori kebudayaan adalah usaha konseptual untuk memahami bagaimana manusia menggunakan kebudayaan untuk melangsungkan kehidupannya dalam kelompok, mempertahankan kehidupannya melalui penggarapan lingkungan alam dan memelihara keseimbangannya dengan dunia supranatural.

Keragaman teori kebudayaan dapat ditinjau dari dua perspektif, yaitu, (a) perspektif perkembangan sejarah yang melihat bahwa keragaman itu muncul karena aspek-aspek

tertentu dari kebudayaan dianggap belum cukup memperoleh elaborasi. Dan (b) perspektif konseptual yang melihat bahwa keragaman muncul karena pemecahan permasalahan konseptual terjadi menurut pandangan yang berbeda-beda. Dalam memahami kebudayaan kita tidak bisa terlepas dari prinsip-prinsip dasarnya. Saussure merumuskan setidaknya ada tiga prinsip dasar yang penting dalam memahami kebudayaan, yaitu:

1. Tanda (dalam bahasa) terdiri atas yang menandai (*signifiant, signifier*, penanda) dan yang ditandai (*signifié, signified*, petanda). Penanda adalah citra bunyi sedangkan petanda adalah gagasan atau konsep.
2. Gagasan penting yang berhubungan dengan tanda menurut Saussure adalah tidak adanya acuan ke realitas obyektif. Untuk memahami makna maka terdapat dua cara, yaitu, pertama, makna tanda ditentukan oleh pertalian antara satu tanda dengan semua tanda lainnya yang digunakan dan cara kedua karena merupakan unsur dari batin manusia, atau terekam sebagai kode dalam ingatan manusia, menentukan bagaimana unsur-unsur realitas obyektif diberikan signifikasi atau kebermaknaan sesuai dengan konsep yang terekam.
3. Permasalahan yang selalu kembali dalam mengkaji masyarakat dan kebudayaan adalah hubungan antara individu dan masyarakat. Untuk bahasa, menurut Saussure ada *langue* dan *parole* (bahasa dan tuturan). *Langue* adalah pengetahuan dan kemampuan bahasa yang bersifat kolektif, yang dihayati bersama oleh semua warga masyarakat; *parole* adalah perwujudan *langue* pada individu. Melalui individu direalisasi tuturan yang mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku secara kolektif, karena kalau tidak, komunikasi tidak akan berlangsung secara lancar.
4. Gagasan kebudayaan, baik sebagai sistem kognitif maupun sebagai sistem struktural, bertolak dari anggapan bahwa kebudayaan adalah sistem mental yang mengandung semua hal yang harus diketahui individu agar dapat berperilaku dan bertindak (juga dalam tutur kata) sedemikian rupa sehingga dapat diterima dan dianggap wajar oleh sesama warga masyarakatnya.

2.3. Budaya Jepang

2.2.1. Etika orang Jepang

Tujuan utamanya etika orang Jepang ialah membentuk hubungan baik di dalam komunitas. Misalnya komunitas negara, desa, keluarga, perusahaan, pabrik, kantor, sekolah, partai, kelompok agama, tim sepak bola dan berbagai bentuk komunal lainnya. Orang Jepang mementingkan komunitas termasuk diri sendiri. Sesudah Restorasi Meiji, pemerintah Meiji sangat menekankan kesetiaan pada negara. Sesudah perang dunia kedua, objek kesetiaan orang Jepang beralih pada perusahaan.

Tindakan pribadi terhadap tatanan kelembagaan dinilai mendorong atau merusak rukun komunitas. Maka misalnya minum minuman keras juga tidak dipermasalahkan, bahkan minum bersama diwajibkan untuk mendorong rukun komunitas. Ajaran agama juga digunakan untuk memperkuat etika komunitas ini. Semisal agama Buddha dan Konfusianisme yang sangat cocok dengan etika komunitas. Tetapi, orang Jepang tidak

mengorbankan diri sendiri tanpa syarat demi komunitas. Hal ini jelas terutama di dalam etos kerja orang Jepang, seperti: (1). Sistem ketenagakerjaan sepanjang hidup, yakni perusahaan biasanya tidak putus hubungan kerja. (2). Sistem kenaikan gaji sejajar umur, yakni perusahaan menaikkan gaji pekerjanya tergantung umur mereka. (3). Serikat pekerja yang diorganisasi menurut perusahaan, yakni, berbeda dengan pekerja yang diorganisasi menurut jenis kerja, semua pekerja sebuah perusahaan, jenis kerja apapun, diorganisasi satu serikat pekerja.

Oleh ketiga sistem ini, pekerja menganggap dirinya kuat sebagai anggota perusahaannya dan merasa kesetiaan kepada perusahaannya. Di atas ketiga sistem ini, etos kerja dan budaya kerja orang Jepang berkembang. Kenyataannya, ketiga sistem ini dibentuk hanya di perusahaan besar, tidak ada di perusahaan kecil. Tetapi ketiga sistem ini menjadi teladan bagi perusahaan kecil juga.

2.2.2. Etos Kerja Orang Jepang

1. Bekerja untuk kesenangan, bukan untuk gaji saja. Tentu saja orang Jepang juga tidak bekerja tanpa gaji atau dengan gaji yang rendah. Tetapi kalau gajinya lumayan, orang Jepang bekerja untuk kesenangan. Jika ditanya "*Seandainya anda menjadi milyuner dan tidak usah bekerja, anda berhenti bekerja?*", kebanyakan orang Jepang menjawab, "*Saya tidak berhenti, terus bekerja.*" Bagi orang Jepang kerja itu seperti permainan yang bermain bersama dengan kawan yang akrab. Biasanya di Jepang kerja dilakukan oleh satu tim. Dia ingin berhasil dalam permainan ini, dan ingin menaikkan kemampuan diri sendiri. Dan bagi dia kawan-kawan yang saling mempercayai sangat penting. Karena permainan terlalu menarik, dia kadang-kadang lupa pulang ke rumah. Fenomena ini disebut "*work holic*" oleh orang asing.

2. Mendewakan langganan. Memang melanggar ajaran Islam, etos kerja orang Jepang mendewakan *client/langganan* sebagai Tuhan. (pelanggan adalah Tuhan.) Kata itu dikenal semua orang Jepang. Kata ini sudah menjadi motto bisnis Jepang. Perusahaan Jepang berusaha mewujudkan permintaan dari langganan sedapat mungkin, dan berusaha mengembangkan hubungan erat dan panjang dengan langganan.

3. Bisnis adalah perang. Orang Jepang yang di dunia bisnis menganggap bisnis sebagai perang yang melawan perusahaan lain. Orang Jepang suka membaca buku ajaran *Sun Tzu, The Art of War* untuk belajar strategis bisnis. Sun Tzu adalah sebuah buku ilmu militer Tiongkok kuno, pada abad 4 sebelum masehi. Sun Tzu itu dibaca oleh baik samurai dulu maupun orang bisnis sekarang. Untuk menang perang, perlu strategis dan pandangan jangka panjang. Budaya bisnis Jepang lebih mementingkan keuntungan jangka panjang. Supaya menang perang seharusnya diadakan persiapan lengkap untuk bertempur sekuat tenaga. Semua orang Jepang tahu pribahasa *'Hara ga hette ha ikusa ha dekinu.'* (Kalau lapar tidak bisa bertempur.) Oleh karena itu orang Jepang tidak akan pernah menerima kebiasaan puasa. Bagi orang Jepang, untuk bekerja harus makan dan mempersiapkan kondisi lengkap di medan perang.

4. Kedisiplinan paling penting. Dalam buku *Sun Tzu* untuk mengajar kedisiplinan dilakukan cara yang sangat kejam. Tetapi sekarang disiplin dianggap sangat penting untuk diajarkan di sekolah dasar. Masuk sekolah setiap hari tidak terlambat, ikut pelajaran secara rajin, hal-hal itu menjadi dasar kedisiplinan untuk kerja di dunia bisnis. Setelah Restorasi Meiji, pendidikan disiplin di sekolah dasar lebih berguna untuk berkembangnya kapitalisme daripada ajaran agama apa pun.

2.5. Rangkuman Teoretis

Teori Kebudayaan memandang kebudayaan sebagai,

(a) Sistem adaptasi terhadap lingkungan.

(b) Sistem tanda.

(c) Teks, baik memahami pola-pola perilaku budaya secara analogis dengan wacana tekstual, maupun mengkaji hasil proses interpretasi teks sebagai produk kebudayaan.

(d) Fenomena yang mempunyai struktur dan fungsi, dll.

Teori kebudayaan adalah usaha untuk mengonseptualkan kebermaknaan itu, untuk memahami pertalian antara data dengan manusia dan kelompok manusia yang mewujudkan peradaban baru dan juga untuk memahami bagaimana manusia menggunakan kebudayaan untuk melangsungkan kehidupannya dalam kelompok, mempertahankan kehidupannya melalui penggarapan lingkungan alam dan memelihara keseimbangannya dengan dunia supranatural.

Bangsa Jepang memiliki sejarah tatanan budaya yang disimpan dan diperbaiki dari zaman ke zaman. Mereka memelihara budaya itu melalui agama, perilaku individu dan komunitas dalam kontak bahasa di keluarga, perusahaan, dan bahkan dalam kapasitas kenegaraan. Semua dijabarkan dalam etika atau moral yang cukup memberi dorongan untuk tetap bertahan sebagai makhluk sosial yang tertata melalui berbagai tanda dan symbol yang banyak berhubungan dengan supernatural.

BAB-III

PEMBAHASAN

3.1. PRINSIP UTAMA

3.1.1. Pola Ayah

Dasar prinsip ayah dan norma-norma kolektif di seputarnya turut banyak mempengaruhi cara berpikir orang Jepang dan itu dikembangkan mulai dari keluarga selama hayat. Semua ini berangkat dari sistem keluarga tradisional yang menunjukkan pola tunggal yang mewarnai seluruh masyarakat Jepang. Sebelum perang, sistem ini didorong secara resmi menjadi pola sosial yang cocok untuk dilestarikan dan ditingkatkan. Meskipun secara radikal sistem ini berubah sejak berakhirnya perang, namun dalam proses evolusi sosial tidak sepenuhnya punah hingga saat ini. Perhatikan responden dalam survey ringan tentang hal ini.

Sistem tadi menciptakan rasa hormat dan kesetiaan terhadap ayah mereka, dan berimbas pada bentuk ayah seperti atasan dalam grup ekonomi yang bersifat badan hukum tetapi berpadu dengan sentimentalitas kekeluargaan. Ini merupakan perluasan dari pola-pola perilaku keluarga kepada pola perilaku politik bangsa Jepang secara tuntas. Sistem ini secara turun temurun adalah anti individualistis, dan berdasar pada ikatan yang hierarkhis dan vertical, bukan ikatan yang horizontal saja. Pola-pola ini lalu menghasilkan cara pandang egalitarian (percaya bahwa semua orang sederajat) yang menjunjung kebersamaan dalam hubungan interpersonal dan hubungan vertikal. Mental ini mendasari cara hidup dan berkembangnya suatu perusahaan secara efektif dan efisien.

Hasil survey kami pada dua puluh lima orang responden menunjukkan bahwa 80% karyawan menyetujui adanya penerapan pola ayah pada perusahaan mereka. Beberapa wawancara yang juga kami lakukan ditemukan bahwa ada kecenderungan yang sangat kuat terhadap pola ini. Beberapa responden mengakui bahwa mereka sangat nyaman berada dalam lingkup kerja di mana mereka bukan saja bekerja melainkan diasuh di didik serta dilindungi selayaknya anak. Pada lampiran, nomor angket dapat dilihat dengan jelas.

3.1.2. Hierarkhi

Senior diposisikan sebagai orang yang utama dalam sebuah lembaga. Dianggap suatu yang tabu untuk mengkritik senior dalam perusahaan dicerminkan dalam berbagai aktifitas dan atribut urutan duduk. Kadang kala senioritas menjadi tolak ukur untuk menduduki jabatan walaupun tidak pintar. Sudah merupakan kebiasaan dalam *meeting* di perusahaan bahwa selalu memberi kesempatan pada orang yang lebih tua dan mempunyai

jabatan tertinggi untuk memberikan pendapat atau komentar terlebih dahulu. Orang yang lebih tua juga selalu paling diperhatikan pendapat dan nasihatnya. Ketika membungkuk-tradisi menyapa Jepang, kita harus selalu membungkuk lebih dalam kepada orang-orang yang lebih senior. Pelajaran yang bisa diambil, 'Budaya bisnis Jepang menghargai mereka yang lebih senior untuk kebijaksanaan dan pengalaman yang mereka bagikan ke perusahaan'.

Di Jepang, umur sama dengan pangkat. Jadi, semakin tua seseorang, semakin dianggap penting dan punya pangkat tinggi. Kita bisa berusaha untuk sedikit mengalah kepada orang-orang yang lebih senior atau mereka yang berpangkat lebih tinggi. Jika Anda tidak setuju/berselisih pendapat dengan seorang manajer, keluarkan keluhan anda secara pribadi di ruangan tertutup. Jangan pernah mempertanyakan otoritas dan kekuasaannya di depan orang lain. Ketahuilah bahwa mereka yang berada di atas anda itu adalah memang orang-orang yang layak dipromosikan karena keahlian dan pengalaman mereka.

Hasil angket yang menyetujui ini sangat banyak, dapat digambarkan seperti yang ditampilkan di atas. Ini berarti adanya praktek kepercayaan terhadap budaya turun temurun selalu berlandas pada usia. Di Indonesia sepertinya praktek ini terus dipertahankan. Mungkin disebabkan juga owner yang rata-adalah pengusaha Jepang dalam keluarga tertentu. Masih ada relevansi yang bisa digambarkan di sini.

3.1.3. Gender

Pegawai wanita menjadi perpanjangan tangan / penolong untuk pegawai pria. Pegawai wanita diibaratkan menjadi jaringan kerja informasi bayangan internal perusahaan. Hubungan dengan pegawai wanita jarang dilakukan karena senior menganggap sesuatu hal yang tolol untuk sering bergaul dengan pegawai wanita. Tidak diijinkan untuk menjalin hubungan percintaan karena sifat perusahaan yang vertikal. tidak menghormati perusahaan tidak menghormati hubungan kerja jangka panjang bila tidak dapat dihindari maka harus dilakukan diam-diam dan mengumumkan pertunangan setelah tahun kedua.

Dalam beberapa catatan tambahan para karyawan, terlihat begitu banyak memberi masukan dan pandangan soal ini. Rata-rata responden tidak menyetujui faktor ini. Bagi responden pria, hal ini dianggap tidak ada sama sekali pengaruhnya terhadap karirnya di perusahaan tersebut. Dengan hasil angket 20%, kami menganggap bahwa hubungan gender dan karir orang lain tidak ada koorelasinya sama sekali dalam perusahaan Jepang di Indonesia. Anggapan yang kolot tentang pergaulan karyawan wanita dengan pria kemungkinan besar hanya terjadi di Jepang.

Kesimpulan prinsip Utama yang melibatkan tiga aspek ini, rata-rata 63%. Angka ini menunjukkan ketidakrelevanan antara pandangan budaya Jepang tentang wanita Jepang dan penerapannya dalam perusahaan Jepang di Indonedsia. Dengan demikian kami dapat menyimpulkan bahwa budaya Indonesia merupakan tempat dimana praktek budaya Jepang ini tidak bisa dijalankan.

3.2. PRINSIP TATA CARA

3.2.1. Tata Cara Makan

Etika dan kebiasaan orang Jepang yang berhubungan dengan cara makan mereka, yakni saat duduk di atas tatami (tikar Jepang), alas kaki harus dilepas tetapi kaus kaki boleh tetap dipakai. Posisi duduk di atas tatami dilakukan dengan bersimpuh alias duduk di atas kedua kaki yang ditekuk ke belakang dengan posisi punggung tetap tegak. Sebelum makan, orang Jepang mengucapkan "*itadakimasu*" yang berarti ucapan terima kasih atas hidangan yang telah disajikan. Sumpit tidak boleh ditancapkan ke dalam makanan karena hal ini melambangkan suasana berkabung. Sebaiknya jangan meletakkan sumpit tanpa alas di meja makan. Jangan menunjuk orang lain dengan sumpit atau memotong-motong makanan dengan sumpit karena hal ini dianggap kurang sopan. Bila berbagi makanan, terimalah langsung ke dalam mangkok kita, jangan menerimanya dengan sumpit. Bila memakan nasi dalam mangkok, angkat mangkoknya setinggi dada dan jangan terlalu dekat dengan mulut. Bila meminum ocha (teh), angkat gelasny dengan dua tangan. Makanlah perlahan dan habiskan makanan di mulut sebelum mengambil lagi. Makan sampai menimbulkan bunyi dianggap hal yang biasa di Jepang (misal : sluuurrrp ^^). Sumpit bambu ala Jepang yang dibelah secara tidak rata dianggap pertanda sial. Di dalam keluarga Jepang biasanya setiap orang memiliki sumpit sendiri-sendiri, jadi tidak bergantian. Setelah selesai makan orang Jepang mengucapkan "*gochisousamadeshita*" sebagai ekspresi atau ungkapan terima kasih untuk makanan yang telah disantap. Orang Jepang sering mengucapkan kata "oishii" yang artinya enak pada saat makan meskipun sebetulnya rasa masakan tersebut biasa-biasa saja. Di beberapa daerah di Jepang dianggap kurang sopan meminta tambahan *shoyu* atau *wasabi* saat menyantap sushi. Di Jepang, sushi biasa dimakan dengan tangan (tanpa sumpit), seperti kita makan tempe penyat. Umumnya sushi dimakan dengan sekali lahap, jadi tidak digigit sedikit demi sedikit. Kalau pergi makan berdua, bayarnya tetap sendiri-sendiri meskipun bersama pacar.

Beberapa wawancara dan catatan yang kami temui, umumnya diceritakan secara tangkas oleh mereka. Sepertinya mereka begitu antusias untuk menjelaskan hasil binaan dan menyampaikan nilai positif itu kepada kami. Dalam angket memang terlihat tidak rinci, oleh karena itu dengan teknik wawancara kami berhasil menemukan kebiasaan yang umumnya terjadi di perusahaan Jepang yang sebenarnya biasa juga dilakukan di masyarakat umum. Satu hal yang menjadi perhatian kami berkaitan hubungan atasan dengan bawahan adalah, '*Tidak baik untuk memesan makanan yang harganya di atas harga yang dipesan oleh atasan*'. '*Bisa dikucilkan oleh rekan kerja dan Bisa menghambat jabatan*'.

3.2.2. Sikap Sehari-Hari, kedisiplin, dan Peraturan

Dalam tata cara duduk masyarakat Jepang secara dini diajarkan untuk tidak boleh duduk dengan cara menyilangkan kaki, atau menyandarkan punggung ke sofa dan di depan

meja kedua tangan diletakkan di atas meja dan duduk tegak atau menempatkan tangan sewajarnya bila tidak ada meja.

Dalam merespon ungkapan senang atau gembira, seperti misalnya tertawa, disarankan tertawalah dengan tidak membuka mulut terlalu lebar atau *ngakak*. Jika anda orang yang suka merokok, perhatikanlah beberapa hal berikut ini. Tidak boleh merokok ketika berbicara dengan orang lain. Selama itu anda diharapkan menjauhkan rokok dalam mulut anda, apalagi pembicaraan itu sangat penting bagi anda dan lawan bicara.

Lima Kata Kehidupan Sehari-Hari

- (1) '*Hai*'. Hati yang selalu menerima nasehat dan kritik dari orang lain demi kemajuan harus dilakukan dengan suara yang lantang, penilaian akan bertambah bila orang yang dipanggil langsung berdiri tegak. Suara kecil dianggap sebagai tidak serius. Kata yang kedua,
- (2) '*Sumimasen*', semua karyawan harus selalu mengungkapkan rasa maafnya jika ada kesalahan atau kekeliruan sekecil apa pun yang dilakukan.
- (3) '*Watashi ga shimasu*', artinya 'sayalah yang akan melakukan pekerjaan itu'. Dalam pikiran orang Jepang saling mendahului melakukan suatu pekerjaan adalah pikiran mulia.
- (4) '*Okagesama*'. Orang Jepang selalu berpandangan bahwa kesuksesan atau keberhasilan dalam tugas yang diperoleh itu didapat karena bantuan orang lain atau kolega dalam perusahaan. Kata ini diucapkan sebagai respon rasa terima kasih atas bantuan seseorang. Arti harafiahnya, '*atas bantuan anda*' atau '*ini semua berhasil karena jasa anda bagi saya*'.
- (5) '*Arigatoo*' selalu member respon kepada apa yang diterima atau diperlakukan bagi anda.

Sikap Terhadap Waktu

Datang tepat waktu adalah sudah hadir 5 menit sebelum waktu yang ditetapkan perusahaan. Bagi orang Jepang keterlambatan adalah musibah bagi kinerja mereka. Penilaian terhadap sikap mereka akan banyak menentukan masa depan mereka dalam perusahaan dan ini berarti tamatlah riwayat mereka. Walaupun sudah datang 5 menit sebelumnya, bila bersamaan dengan atasan menimbulkan kesan yang kurang baik. Tidak ada alasan untuk datang terlambat dalam kondisi apapun / hujan / badai / topan atau apa pun. Setelah jam kerja sebaiknya bisa meninggalkan kantor mereka setelah atasan selesai bekerja / pulang.

Bila masih ada senior yang terlihat masih bekerja, orang Jepang selalu bersikap menanyakan dulu apakah ada yang bisa dibantu. Akan tetapi jika sudah punya janji dengan seseorang, maka disampaikan terlebih dulu sebelum menanyakan pertanyaan di atas. Bila diminta untuk membantu maka harus dilakukan dan umumnya setelah memutuskan untuk pulang, biasanya mengungkapkan perasaan mendahului seperti '*osakini shitsurei shimasu*', saya pulang duluan. Bekerja lembur merupakan tanggungan

perusahaan penolakan untuk bekerja pada hari libur akan menurunkan / menjatuhkan nilai terhadap pegawai yang dituju.

Sikap terhadap mendapat poin sampai dengan 100% menunjukkan kedisiplinan yang tinggi. Hampir semua responden menyetujui poin ini.

Meeting

Anggota peserta rapat harus hadir 15 menit sebelum rapat dimulai, tidak diperbolehkan mengunyah makanan kecil, semua harus menunggu di sana. Tidak melakukan hubungan telepon dan tidak ke kamar kecil.

Aspek-aspek budaya seperti ini sangat dipahami oleh karyawan ketika mereka masuk menjadi anggota perusahaan. Beberapa diantaranya pernah berkunjung ke Jepang dan mempraktekkan tata cara ini. Mereka sangat berhati-hati dalam hubungan interpersonal mereka dengan orang Jepang dan atau atasannya menyangkut tata cara. Responden menjawab 82%. Sisanya mungkin adalah karyawan baru atau mereka yang belum berpengalaman. Lihat tabel Analisis Angket.

3.3. PRINSIP INTERPERSONAL

3.3.1. Tutar Kata

Prinsip etika Jepang antara lain, tidak mengganggu orang dan selalu memberikan kesan yang baik kepada orang, semisal menghormati orang lain dalam satu perusahaan. Selalu mengingat lima kata yang sudah diatur sesuai ruang dan waktu. Lima salam itu harus diucapkan dengan suara nyaring dan tegas kepada penerima salam tersebut, yakni:

Ohayo Gozaimasu, (selamat pagi)

Osakini Shitsurei Shimasu, (saya duluan permisi ya)

Otsukaresama deshita, (terima kasih atas kerjasamanya)

Shitsurei Shimasu, (permisi)

Arigatoo Gozaimashita, (terima kasih)

3.3.2. Kartu Nama

Sebuah *meeting* di Jepang selalu dimulai dengan ritual pertukaran kartu nama yang dilakukan secara formal dan resmi. Ritual ini dinamakan *Meishi Kokan* (kartu nama). Dalam proses pertukaran kartu nama, orang yang diberi kartu menerimanya dengan kedua tangan, membaca kartu nama tersebut dengan teliti, membaca tulisan yang ada hingga terdengar oleh semua orang, lalu meletakkannya dalam tempat kartu nama, atau di atas meja di depannya (sehingga bisa langsung dibaca kembali apabila diperlukan). Kartu nama tidak pernah disimpan di dalam kantong, karenadianggap tak sopan.

Pelajaran yang bisa diambil, pertukaran kartu nama adalah cara untuk mengekspresikan rasa hormat dan menganggap penting orang lain dalam suatu pertemuan.

Ini menunjukkan Anda menghargai pertemuan tersebut, sama dengan halnya Anda akan menghargai pertemuan-pertemuan selanjutnya.

Bagaimana kita mengadaptasinya, mungkin akan terlihat konyol apabila Anda benar-benar melakukan tradisi *Meishi Kokan* di tempat lain. Tetapi, jika Anda menerima kartu nama dari orang lain, usahakanlah untuk membaca dan menyerap semua informasi yang ada di dalamnya. Tidak ada ruginya berusaha untuk mengingat nama lengkap orang tersebut. Sebaliknya, Anda akan terlihat kasar dan tidak sopan jika Anda langsung menjejalkan kartu nama tersebut ke dalam kantong terdekat. Perhatikan gambar dari perilaku *meishi kokan* berikut ini. Selalu ada aktivitas *ojiginya* (membungkuk).



Meskipun tampilan fisiknya sederhana, namun memberikan kartu nama kepada orang lain memiliki etika tersendiri. Janganlah menganggap memberikan kartu nama seperti memberikan kartu lainnya. Apalagi kartu nama merupakan hal resmi terutama dalam pembicaraan bisnis. Etika memberikan kartu nama di Indonesia agak mirip dengan di Jepang. Jika di Jepang, orang memberikan kartu nama posisi yang terbaca oleh si penerima dengan kedua tangan. Orang yang menerima juga menerima kartu nama dengan kedua tangan untuk kemudian membaca tulisan di kartu sampai selesai. Sang penerima kemudian memberikan kartu namanya sendiri dengan cara yang sama.

Bagian ini sangat dipahami oleh karyawan. Bahkan dalam bepergian pun mereka diminta menyediakan kartu nama, ini bagian yang sangat penting dalam membangun hubungan interpersonal. Responden yang paham benar bagian ini menjawab 100%. Jadi hamper tidak ada persoalan yang sangat berbeda antara perusahaan Jepang di Jepang dan perusahaan Jepang yang ada di Indonesia.

3.3.3. Pembicaraan Telepon

Dalam menelpon apa yang hendak dibicarakan, hendaknya sudah dipersiapkan masak-masak. Sebelum berbicara, hendaknya sudah terdapat perencanaan yang cukup dan tujuan yang mantap mengenai isi pembicaraan agar terhindar dari kata-kata yang tidak mengenai sasaran atau pembicaraan yang terpatah-patah, dan di samping pesawat telepon

sebaiknya disiapkan buku memo atau kertas untuk mencatat sehingga bila diperlukan, tidak akan menghabiskan waktu pihak lain.

Saat hendak menelpon harus tahu betul nomor telpon yang akan dihubungi untuk menghindari salah sambung yang mungkin dapat mengganggu orang lain. Bila salah sambung hendaknya dengan santun meminta maaf kepada pihak lain, jangan begitu saja memutuskan hubungan telepon.

Setelah tersambung, dan terdengar kata "halo" dari pihak lain, maka kita balas memberi sapaan "*Pagi, Pak !*" atau "*Siang, Bu!*" baru memperkenalkan diri (nama perusahaan tempat kita bekerja atau nama diri kita bila berupa telepon pribadi), setelah itu memberi tahu penerima telepon siapa yang ingin Anda temui, "Bisakah berbicara dengan Bapak X?"

Bila penerima telpon menyanggupi, hendaknya kita tunggu di depan telepon, jangan meninggalkannya untuk mengerjakan pekerjaan lain. Bila penerima memberitahukan bahwa orang yang dicari tidak berada di tempat, janganlah begitu saja memutuskan hubungan telepon, hendaknya mengatakan, "*Terima kasih, sudah merepotkan Anda!*" atau meminta penerima membantu menyampaikan pesan: "*Bila berkenan tolong sampaikan kepadanya*" dan seterusnya. Bila penerima telepon menyanggupi permohonan Anda, juga jangan lupa mengucapkan terima kasih.

Bila Anda adalah penerima telepon, maka begitu mengangkat telepon, Anda bisa menyapa pihak lain sekaligus memperkenalkan diri, misalnya, "*Pagi, XXX di sini, bisa dibantu?*" atau sekedar sapaan ringan "*Selamat siang/malam ...*"

3.3.4. Pakaian

Sangat menentukan penerimaan diri di perusahaan tipe orang yang patuh taat jujur serius bekerja gaya pakaian dan lain-lain. Khusus buat pakaian, warna merah dan kuning tidak dapat diterima. Model tertentu setelan Jas hitam - kemeja putih - dasi bergaris hitam/biru tua dan putih gaya rambut mengikuti potongan rambut '*salary man hair style*' / *sararimang hea sutairu*. Pemakaian cairan rambut harus diperhatikan agar tidak menyebarkan bau yang tajam *accessories* tidak boleh bermerk bila junior memakai *acesories* yang bermerk terkenal maka akan membuat senior merasa direndahkan.

Banyak responden yang memberikan catatan yang sangat banyak mengenai prinsip ini, sekalipun banyak yang juga tidak tahu. Hampir rata-rata responden menyetujui prinsip *Interpersonal* sampai mencapai total 72 persen.

BAB-IV

KESIMPULAN

Dari tiga pokok persoalan di atas, ditemui bahwa peradaban yang sangat kuat berakar dalam masyarakat Jepang mengintervensi hampir semua bidang kehidupan sosial masyarakat Jepang. Mulai dari keluarga inti (inti) dan menjadi patron dalam keluarga perusahaan. Anggapan yang sangat dipengaruhi pola ayah atau keluarga, membuat anggota karyawan menganggap memiliki atasan atau bos sebagai ayah. Ini mempengaruhi kinerja di perusahaan. Ini membawa dampak positif pada tumbuh kembangnya perusahaan. Misalnya Hubungan-hubungan interpersonal, dan kehidupan pribadi sangat dipengaruhi penilaian terhadap kehidupan budaya yang sangat dihormati turun temurun.

Hubungan vertikal dan horizontal khususnya dalam perusahaan berdampak pada peningkatan produksi dan pertahanan terhadap persaingan serta kualitas barang yang diproduksi. Mental manusia yang baik seperti yang sudah diamati melalui budaya di perusahaan mempertinggi kapasitas produksi, serta menarik kepercayaan konsumen melalui layanan yang mengedepankan konsep "tamu adalah raja".

Keseluruhan tata cara dan budaya bisnis Jepang meliputi, penataan spiritual, penataan hubungan interpersonal dan komunikasi dengan diri sendiri yang dirangsang juga oleh sedikit pandangan organisasi seperti reward dan punishment kesemuanya terangkum dalam apa yang disebut (1). Prinsip utama (2). Prinsip tata cara, dan (3) prinsip interpersonal, seperti yang tersaji pada analisis bab 3.

Hampir seluruh aspek di atas diterapkan di Indonesia. Beberapa hal yang masih terganjal ialah menyangkut gender. Ini mungkin disebabkan perbedaan besar antara budaya Jepang dan Indonesia yang tidak sama dalam hal memandang wanita. Dapat juga disebabkan karyawan yang dijadikan responden tidak melihat hal itu secara mendetil sampai ke bagian inti perusahaan.

Daftar Pustaka

Ike Iswary Lawanda, 2008. *Matsuri dan Kebudayaan Korporasi Jepang*. Yogyakarta: PT LKIS Printing

Cemerlang.

J.A.A. Stockwin, 1984. *Pluralisme Politik dan Kemajuan Ekonomi Jepang*. Yogyakarta: Gadjadarda University Press.

BN Marbun, 1985. *Asal Usul Proses Pertumbuhan dan Perkembangan, Manajemen & Kewirausahaan*

Jepang. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo, Anggota IKAPI Jakarta.

Bennet T 1998. *Culture: Reformer's Science*. St Leonards. NSW: Allen & Unwin.

Bennet T., C. Mercer dan J. Woollacott 1986. *Popular Culture and Social Relations*. Milton Keynes: Open University Press

Hall, S 1997. *Race, Culture and Communications*. London: Routledge

Halpern, D 1992. *Sex Differences in Cognitive Abilities*. London: Lawrence

Definisi Bisnis / wibi Septia Maulana's blog says: November 14, 2012 at 2:06 pm

<http://thepradjna.ordpress.com/2011/10/28/definisi-bisnis/>