

**KOMUNIKASI BISNIS BERBAHASA CHINA
SEBAGAI SARANA TRANSAKSI DAGANG
DI PT KARISMA JAYA SUKOHARJO**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai
Derajat Ahli Madya pada Diploma III Bahasa China FSSR
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Oleh :
Cahya Christiana
C9609004

**PROGRAM DIPLOMA III BAHASA CHINA
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2012**

commit to user

**Disetujui untuk diuji,
Program Diploma Bahasa China, Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret**

Laporan Tugas Akhir :

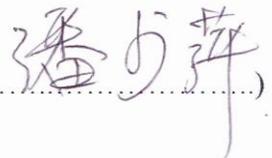
**KOMUNIKASI BISNIS BERBAHASA CHINA SEBAGAI SARANA TRANSAKSI
DAGANG DI PT KARISMA JAYA SUKOHARJO**

Nama : Cahya Christiana

NIM : C9609004

Pembimbing:

1. **Pan Shao Ping**
Pembimbing I

(.....)

2. **Dra. Endang Tri Winarni, M.Hum.**
Pembimbing II

(.....)

**Diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji
Program Diploma III Bahasa China Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret**

Judul Laporan : KOMUNIKASI BISNIS BERBAHASA CHINA
SEBAGAI SARANA TRANSAKSI DAGANG
DI PT KARISMA JAYA SUKOHARJO

Nama Mahasiswa : Cahya Christiana

NIM : C9609004

Tanggal Ujian :

Dewan Penguji:

1. **Drs. Yohanes Suwanto, M.Hum.** (.....)
Ketua NIP 196110121987031002
2. **M. Bagus Sekar Alam, SS., M.Si.** (.....)
Sekretaris NIP 197709042005011001
3. **Pan Shao Ping** (.....)
Penguji I
4. **Dra. Endang Tri Winarni, M.Hum.** (.....)
Penguji II NIP 195811011986012001

Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret Surakarta
Dekan,

Drs. Riyadi Santosa, M.Ed, Ph.D.
NIP 196003281986011001

KATA PENGANTAR

Puji syukur diucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya yang telah membimbing dan memberi kekuatan, sehingga Tugas Akhir (TA) dengan judul “KOMUNIKASI BISNIS BERBAHASA CHINA SEBAGAI SARANA TRANSAKSI DAGANG DI PT KARISMA JAYA SUKOHARJO“ dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Tujuan penulisan TA ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Sastra China di Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta. Adapun Laporan TA ini memuat tentang hasil laporan kerja selama menjalankan tugas sebagai penerjemah Bahasa China di PT Karisma Jaya Sukoharjo.

Dalam penulisan Laporan TA ini, tidak sedikit pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam memberikan arahan dan bimbingan demi terselesaikannya laporan ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya untuk mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. Riyadi Santosa, M.Ed, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Sastra Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan kesempatan studi di Diploma III Bahasa China ini.
2. Dra. Endang Tri Winarni, M.Hum., selaku Ketua Program Studi Diploma III Bahasa China dan pembimbing II yang telah dengan setia memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan Laporan TA ini.

3. Pan Shao Ping Laoshi, selaku pembimbing I dan guru Bahasa China atas bimbingan dan tuntunannya agar meraih tingkat Bahasa China yang lebih tinggi lagi.
4. Lin Xue Ying Laoshi, selaku guru Bahasa China yang telah memberikan kontribusi besar dalam pengetahuan Bahasa China dasar penulis.
5. Budi Laoshi, Christina Laoshi, Inge Laoshi dan seluruh dosen serta staf-staf di Fakultas FSSR yang telah memberikan banyak ilmu dan motivasi.
6. Pimpinan PT Karisma Jaya atas izinnya untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan di perusahaannya.
7. Seluruh karyawan dan staf PT Karisma Jaya yang telah banyak memberikan informasi dan bantuan.
8. Keluarga dan teman-teman yang tak henti-hentinya memberikan dukungan, doa dan semangat.
9. Dan segala pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu di sini, yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian Laporan TA ini.

Akhir kata, semoga Laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Diploma III Bahasa China pada khususnya.

Surakarta, 6 Juni 2012

Penulis

MOTTO

1. Biasakan untuk selalu menyelesaikan apa yg telah Anda mulai.
(Merry Riana, motivator Indonesia)
总是完整你自己已经开始的事情。 (Merry Riana, 印尼动力)
2. Rahasia saya untuk menjadi lebih dari yang lain hanyalah dengan melakukan lebih banyak dari yang orang lain bisa lakukan. Dan sebaliknya, jika mereka lebih dari saya, berarti mereka telah melakukan lebih banyak dari apa yang telah saya perbuat. (Cahya Christiana)
我超过别人的秘密就是我做的比别人做的更多。相反，如果别人超过我了，意味着他们付出的更多了。 (Cahya Christiana)
3. Sebuah pengorbanan mungkin telah menghabiskan banyak pikiran, waktu dan tenaga Anda. Tapi pengorbanan juga telah memberi Anda banyak hal baru yang tak mungkin Anda dapatkan tanpa berkorban. (Cahya Christiana)
一次牺牲可能需要你付出很多时间和精力，但是你也收获到很多。这些收获是没有牺牲和付出便无法体会到了。 (Cahya Christiana)
4. Tidak sombong walau berada di posisi teratas. Memiliki prestasi yang luar biasa tetapi tidak arogan. Memiliki kerendahan hati dalam bersosialisasi. Memiliki kepribadian yang keras namun bersikap toleran. Inilah sikap yang harus dimiliki seorang jenderal. (Zhuge Liang, Dinasti Tiga Negara)
贵而不骄、胜而不恃、贤而能下、刚而能忍。(诸葛亮，三国时代)

PERSEMBAHAN



Tugas Akhir (TA) ini Penulis persembahkan kepada:

1. Keluarga saya (Ayah, ibu, kakak, dan adik-adik) yang kucintai dan kubanggakan.
2. Guru-guru yang senantiasa memotivasi dan mengembangkan ilmu di dalam diri saya.
3. Teman spesial yang saya kasihi yang senantiasa membantu, mendukung, dan menyemangati saya.

commit to user

ABSTRAK

Cahya Christiana. 2012. *Komunikasi Bisnis Berbahasa China Sebagai Sarana Transaksi Dagang di PT Karisma Jaya Sukoharjo*. Laporan Tugas Akhir. Program Diploma III Bahasa China, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, UNS.

Persaingan yang ketat di dunia bisnis dewasa ini mendorong setiap tenaga kerja untuk meningkatkan keterampilannya, khususnya dalam hal penguasaan komunikasi bisnis. Masalah utama dari penulisan TA ini adalah: (a) bagaimanakah menggunakan Bahasa China untuk komunikasi bisnis?, (b) bagaimanakah cara memilih bahasa yang tepat dan santun?, dan (c) bagaimanakah mendorong diri untuk lebih peka dan teliti dalam menghadapi setiap keadaan di dunia bisnis, khususnya dalam hal transaksi pembelian barang? Tujuan dari penulisan TA ini adalah untuk mengetahui cara menggunakan Bahasa China dalam komunikasi bisnis dalam transaksi pembelian barang, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kelancaran komunikasi bisnis, dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam komunikasi bisnis dan cara mengatasinya.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode observasi, metode wawancara, studi pustaka, dan metode dokumen, yang sebagian besarnya dilakukan dengan metode wawancara.

Ada 2 hal pokok yang harus diperhatikan agar komunikasi bisnis berbahasa China dapat berjalan dengan lancar. Pertama adalah penguasaan Bahasa China bisnis dan yang kedua adalah kemampuan untuk dapat memahami dasar psikologi lawan bicara. Pada Praktik Kerja Lapangan di PT Karisma Jaya Sukoharjo ini, penulis berkesempatan untuk melakukan negosiasi pembelian mesin pengolah limbah plastik dengan 3 staf pemasaran perusahaan di China. Selama melakukan komunikasi bisnis dengan perusahaan di China, ditemukan beberapa kendala. Kendala dari faktor bahasa dapat dilihat dari adanya pemahaman kosakata bisnis yang kurang, kalimat yang terlalu panjang, kalimat ambigu, kalimat dengan tata bahasa yang tidak lengkap dan peribahasa. Kendala ini dapat diatasi dengan terus belajar dan memperkaya khasanah bahasa China dalam bidang bisnis, mencari di kamus atau *internet*, atau bertanya langsung dengan lawan bicara kita. Sedangkan dari faktor psikologi, kendala dapat dilihat saat harus berhadapan dengan orang yang pasif, tidak sabaran, atau orang yang sulit diajak berkompromi. Dalam faktor psikologi, berhadapan dengan tipe orang yang bagaimanapun, yang terpenting adalah kita harus memiliki kemampuan analisis yang baik.

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa komunikasi bisnis berbahasa China memiliki peranan yang sangat penting dalam menjamin kelancaran suatu transaksi dagang dengan perusahaan di China. Dengan penguasaan teknik komunikasi bisnis yang baik, maka diharapkan kerjasama yang dilakukan dapat berjalan efektif, efisien dan berkesinambungan.

概说

Cahya Christiana. 2012. *汉语为印尼-中国贸易沟通桥梁之一些常见问题——以 PT KARISMA JAYA SUKOHARJO 为例*. 实习报告。Program Diploma III Bahasa China, Fakultas Sastra dan Seni Rupa. UNS. 印尼梭罗 311 国立大学文学和艺术系汉语专科班。

近来，激烈竞争的猛势在商业界继续前进，这使得每个员工都更加努力地来提高自己的技巧，在这里指的是商务沟通的掌握。这份实习报告的主要问题是：(a) 如何使用良好的汉语商务沟通？(b) 如何选择正确和礼貌的语言沟通？以及(c) 如何让自己更加敏感和仔细面临商业各层面的竞争力？这份报告的目的是为了了解使用良好的汉语商务沟通的方法，特别是在购买产品时，为了了解一些因素会影响商务沟通的顺畅，以及为了了解在商务沟通中可能遇到的障碍和它们的克服方法。

这项报告我使用观测、访谈、查看文件和收据资料的方法完成的。

为了商务沟通可以过得很顺利，有两个该注意的事情。第一是掌握汉语商贸语言，第二是能够了解对方心里的技巧。在 Karisma Jaya 有限公司实践中，我有机会跟三个中国公司的营销人员谈购买回收废塑料机械生意。跟三个中国公司商务沟通期间，我发现了一些困难。从语言的因素是汉语商贸词汇掌握得很差、太长的句子不能完全了解、歧义句、省略句以及谚语(成语)。这些困难能用多学商贸相关的词汇和商业交易中常用的句型，在字典或上网查一查，或直接询问对方他说的意思来解决的。而从心里的因素是该跟被动人、不耐心的人、或不合作的人交流。在心里的因素里，无论得跟什么类型的人交流，最主要的是我们该懂得良好的分析技巧。

根据重点的结果可以得出总结：为了保证跟中国公司商业贸易会顺畅进行，良好的汉语商务沟通具有很大的作用。掌握了良好商务沟通的技巧后，希望会有一个有效和永久的贸易关系。

DAFTAR ISI

commit to user

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian Laporan Tugas Akhir	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Teknik Pengumpulan Data	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Bahasa	9
1. Definisi Bahasa	9
2. Fungsi Bahasa	10
3. Ragam Bahasa	11

B. Bahasa China	
1. Jenis Bahasa China	12
2. Tata Bahasa China	14
3. Bahasa China dalam Bisnis	17
C. Komunikasi Bisnis.....	18
1. Definisi Komunikasi Bisnis	18
2. Bentuk Komunikasi Bisnis	19
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelancaran Komunikasi Bisnis	20
4. Hambatan dalam Proses Komunikasi Bisnis	21
5. Tujuan Komunikasi Bisnis	22
6. Komunikasi Bisnis dalam Bisnis	23
D. Transaksi Dagang.....	23
1. Definisi Transaksi Dagang	23
2. Transaksi <i>E-commerce</i>	24
E. Psikologi dan Kepribadian	25
1. Definisi Psikologi	25
2. Pendekatan Psikologi	25
3. Wilayah Terapan Psikologi	26
4. Kepribadian	27
5. Faktor yang Mempengaruhi Kepribadian Seseorang	29
6. Psikologi dan Kepribadian dalam Bisnis	30

F. Penerjemahan	30
1. Definisi Penerjemahan	30
2. Proses Penerjemahan	31
3. Penerjemahan dalam Bisnis	31

BAB III PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Karisma Jaya Sukoharjo	32
1. Sejarah Singkat Perusahaan	32
2. Informasi Produk	35
3. Struktur Organisasi	37
4. Ketenagakerjaan	39
4.1. Jam Kerja	40
4.2. Sistem Pengupahan	40
4.3. Fasilitas Perusahaan	41
B. Pengadaan Bahan Baku Industri di PT Karisma Jaya Sukoharjo	43
C. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di PT Karisma Jaya Sukoharjo	44
D. Pembahasan	48
1. Menggunakan Bahasa China untuk Komunikasi Bisnis dalam Transaksi Pembelian Barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo	48
1.1. Lingkup Bahasa	48

1.2. Lingkup Psikologi	52
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelancaran Suatu Komunikasi Bisnis dalam Transaksi Pembelian Barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo	59
1.1. Bahasa dalam ketatabahasaan	59
1.2. Bahasa sebagai bentuk pelayanan	62
1.3. Psikologi rekan bisnis	65
3. Kendala yang dihadapi dalam Komunikasi Bisnis di PT Karisma Jaya Sukoharjo dan Solusinya	66
3.1. Lingkup Bahasa	66
3.2. Lingkup Psikologi	72
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	84
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
DAFTAR LAMPIRAN	90
 DAFTAR TABEL	
Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan	47
Tabel 4.1. Kendala dan Solusi dalam Komunikasi Bisnis Berbahasa China ...	86



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sama halnya seperti manusia, suatu negara tidak bisa hidup tanpa berinteraksi dengan negara lain. Suatu negara selalu memiliki kebutuhan yang hanya dapat dicukupinya dengan melakukan hubungan dengan negara lain. Bagaimana hubungan suatu negara dengan negara lain ini juga menentukan maju atau tidaknya suatu negara. Selain itu, dengan melakukan kerjasama dengan negara lain, suatu negara berarti juga ikut berperan serta dalam usaha kemajuan ekonomi dunia. Salah satu cara untuk mengadakan kerjasama dengan negara lain adalah dengan perdagangan internasional.

Perdagangan internasional adalah salah satu cara utama untuk meningkatkan GDP (*Gross Domestic Product*) suatu negara. Perdagangan internasional juga dapat mendorong industrialisasi, kemajuan transportasi, globalisasi dan meningkatkan kehadiran perusahaan multinasional, serta sebagai salah satu sarana untuk mempererat hubungan suatu negara dengan negara lain.

Sadar akan kebutuhan yang besar ini, setiap negara kemudian berusaha untuk menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan negara lain. Tak terkecuali Indonesia, setelah keikutsertaanya dalam suatu komunitas perdagangan dan ekonomi di wilayah ASEAN yang bernama AFTA (*Asean Free Trade Area*) dan komunitas perdagangan dan ekonomi di kawasan Asia Tenggara ditambah dengan China yang bernama ACFTA (*ASEAN-China Free Trade Area*), yang dalam

commit to user

bahasa mandarin juga disebut 中国-东盟自由贸易区 (Zhōngguó dōngméng zìyóu Màoùyì qū), maka Indonesia mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk melakukan kerjasama ekonomi dan perdagangan dengan negara lain di pasar internasional.

Sejak itu, *income* Indonesia mulai menunjukkan peningkatan yang berarti. Pada tahun 2011 kemarin, Lembaga Pemeringkat Ekonomi Dunia menaikkan peringkat Indonesia ke level “*Investment Grade*”. Dengan disandangnya posisi ini maka menempatkan Indonesia sejajar dengan negara-negara maju lainnya di dunia. Secara otomatis pula, negara-negara maju di dunia mulai melirik Indonesia sebagai tempat yang potensial untuk berinvestasi. Akibatnya, mulai banyaknya pemodal asing yang menanamkan modalnya di Indonesia, perdagangan internasional semakin ramai, hubungan dagang antara Indonesia dan negara lain pun semakin erat. Salah satu negara Asia yang menjalin kerjasama terbesar dengan Indonesia adalah China.

Kekuatan ekonomi China yang terus meningkat belakangan ini, menjadikan China sebagai salah satu raksasa Asia. Demam menjalarnya produk buatan dari China telah menjadi fenomena umum di Indonesia, tidak hanya dari produksi alat-alat berat saja, bahkan sampai pada produk yang kecil, mulai dari permen, susu, kain, barang elektronik, dan lain-lain. Produk dari China ini terus mendapat sambutan yang luar biasa bagus dari konsumen di Indonesia, alasan utamanya tidak lain adalah harganya yang murah dibandingkan dengan produk buatan dalam negeri atau produk negara lain. Walaupun memang dari segi kualitas, produk China masih kalah dibanding produk lainnya, tapi itu tidak

mempengaruhi pola konsumerisme masyarakat Indonesia terhadap produk buatan China.

Mengingat akan banyaknya lagi hubungan ekonomi dan perdagangan yang akan dilakukan oleh Indonesia dan China ini ke depannya, oleh karenanya perusahaan-perusahaan di Indonesia merasa harus mulai meningkatkan kinerja mereka. Baik peningkatan sumber daya manusianya maupun peningkatan teknologi yang digunakan.

Demi menjamin kelancaran transaksi dagang, selalu ada hal yang tidak dapat dipisahkan, hal itu adalah pemahaman komunikasi bisnis yang baik. Untuk dapat melakukan suatu komunikasi bisnis yang baik, seorang tenaga kerja dituntut untuk memiliki kemampuan berbahasa yang baik, dalam konteks ini adalah kemampuan berbahasa China. Mengingat latar belakang sejarah pendidikan di China yang tidak mengutamakan Bahasa Inggris sebagai bahasa yang utama di sana. Tidak aneh jika banyak orang China, khususnya para generasi di atas kita banyak yang tidak fasih berbahasa Inggris. Dewasa ini, perkembangan Bahasa China, khususnya di Indonesia sendiri mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Persaingan lapangan pekerjaan yang sangat ketat dewasa ini, banyak yang mengharuskan seorang tenaga kerja memiliki kemampuan berbahasa China yang baik. Dengan peran Bahasa China yang besar ini telah menjadikan Bahasa China menjadi bahasa internasional kedua setelah Bahasa Inggris. Bahkan, pemerintah Indonesia melalui Menteri Pendidikannya, telah mulai menggalakkan dan memberi penyuluhan kepada sekolah-sekolah lebih dini untuk memasukkan Bahasa China ke dalam kurikulumnya.

Dalam komunikasi bisnis, bagaimana kita mengolah bahasa asal menjadi bahasa yang dapat dimengerti oleh penerima, bagaimana kita memahami struktur bahasa yang tepat, bagaimana mengantisipasi adanya penggunaan struktur bahasa yang spesial, seperti bahasa ambigu dan peribahasa, kesemuanya ini termasuk dalam faktor bahasa. Di sini penguasaan Bahasa China yang baik oleh seorang tenaga kerja menduduki peran yang sangat penting.

Selain bahasa, ada faktor lain yang tidak kalah pentingnya yang mempengaruhi sukses tidaknya suatu komunikasi bisnis. Faktor ini adalah faktor psikologis. Pada dasarnya, di dunia ini tidak ada satu orang manusiapun yang sama persis, baik dari segi bentuknya maupun karakternya. Setiap manusia membawa sifat dan karakternya masing-masing yang menjadikan setiap manusia itu sebagai makhluk yang unik. Dalam komunikasi bisnis, bagaimana cara kita berhadapan dengan orang yang beraneka ragam sifat dan karakternya, bagaimana cara kita menunjukkan iktikad baik untuk bekerja sama, keramahtamahan kita, dan bagaimana cara kita memahami *partner* kerja kita, ini semua termasuk dalam faktor psikologis.

Mengetahui peran pentingnya faktor-faktor di atas dalam mensukseskan suatu transaksi dagang, maka Penulis merasa tertarik untuk mendeskripsikan faktor-faktor tersebut secara lebih ‘gamblang’ dan mengangkat judul **“KOMUNIKASI BISNIS BERBAHASA CHINA UNTUK TRANSAKSI DAGANG DI PT KARISMA JAYA SUKOHARJO”** sebagai judul dari Laporan TA ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah menggunakan Bahasa China untuk komunikasi bisnis dalam transaksi pembelian barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi kelancaran suatu komunikasi bisnis dalam transaksi pembelian barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo?
3. Kendala apa sajakah yang dihadapi dalam komunikasi bisnis di PT Karisma Jaya Sukoharjo dan bagaimana cara mengatasinya?

C. Tujuan Penelitian Laporan Tugas Akhir

Tujuan dari penulisan Laporan TA ini antara lain:

1. untuk memahami cara menggunakan Bahasa China untuk komunikasi bisnis dalam transaksi pembelian barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo.
2. untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kelancaran suatu komunikasi bisnis dalam transaksi pembelian barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo.
3. untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam komunikasi bisnis di PT Karisma Jaya Sukoharjo dan cara mengatasinya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun penulisan Laporan TA ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis

Secara teoretis, diharapkan Laporan TA ini dapat:

- a. memberikan kontribusi kepada teori bahasa.
- b. memberikan kontribusi kepada teori komunikasi bisnis.
- c. memberikan kontribusi kepada teori transaksi dagang.
- d. memberikan kontribusi kepada teori psikologi dan kepribadian.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, diharapkan Laporan TA ini dapat memberikan referensi dan masukan kepada pihak-pihak yang terkait, sebagai berikut:

- a. kepada mediator dalam pemahaman komunikasi bisnis berbahasa China yang baik, khususnya dalam hal transaksi pembelian barang.
- b. kepada Prodi Bahasa China agar dapat lebih mengembangkan materi pembelajaran Bahasa China berbasis bisnis.
- c. kepada PT Karisma Jaya Sukoharjo, khususnya dalam pemahaman komunikasi bisnis berbahasa China, kendala yang dihadapi dan solusi yang dapat digunakan dalam transaksi dagang.
- d. kepada diri sendiri mengenai komunikasi bisnis khususnya dalam hal transaksi dagang berbahasa China yang baik.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan Laporan TA ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi/pengamatan

Metode pencarian informasi ini dilakukan dengan mengamati langsung rangkaian objek yang akan menjadi topik pembahasan, seperti: mengamati cara kerja mesin pengolah limbah plastik dan hal-hal lain yang relevan.

2. Metode Wawancara

Metode pencarian informasi ini dilakukan dengan dialog langsung pada narasumber yang terkait dengan topik penelitian, seperti: negosiasi dengan di China yaitu Mr.Luo, Mr.Hou, dan Mr.Song, berbincang tentang mesin yang akan dibeli dengan staf bagian *purchasing* PT Karisma Jaya Sukoharjo.

3. Metode Studi Pustaka

Metode pencarian informasi ini didapat dari berbagai sumber buku yang terkait dan relevan dengan topik penelitian, seperti: membaca buku tentang bisnis dan buku lainnya yang relevan dengan penelitian.

4. Metode Dokumen

Metode pencarian informasi ini dengan menggunakan acuan arsip atau surat penting yang terkait dan relevan dengan topik penelitian, seperti: membaca arsip-arsip tentang sejarah pembelian mesin yang lalu, mencari arsip tentang sejarah PT Karisma Jaya Sukoharjo.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan Laporan TA ini terdiri dari 4 bab yang mengandung beberapa subbab. Uraian dari bab-bab itu antara lain mencakup di bawah ini.

1. Bab 1. Pendahuluan: Bab ini berisi pendahuluan mengenai penelitian yang akan dibicarakan. Mencakup latar belakang terjadinya interaksi dagang dan kerjasama Indonesia dengan China, peran Bahasa China dan psikologi dalam komunikasi bisnis, perumusan masalah, tujuan dan manfaat yang didapat serta teknik pengolahan data yang digunakan.
2. Bab 2. Landasan Teori: Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai penelitian yang telah dilakukan. Mencakup teori tentang Bahasa China, komunikasi bisnis, transaksi dagang, psikologi dan kepribadian, serta penerjemahan.
3. Bab 3. Pembahasan: Bab ini berisi tentang pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan. Mencakup sejarah, biografi perusahaan dan produk perusahaan, deskripsi kerja dan masalah ketenagakerjaan, uraian praktik kerja lapangan, komunikasi bisnis Bahasa China dalam kegiatan pembelian, serta uraian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi dalam suatu transaksi bisnis beserta kendala dan solusinya.
4. Bab 4. Kesimpulan dan saran: Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari mengenai kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan di PT Karisma Jaya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bahasa

1. Definisi Bahasa

Secara umum, bahasa dapat diartikan sebagai media untuk melakukan hubungan komunikasi. Bahasa dalam proses komunikasi selalu menduduki posisi vital sebagai alat utama yang menghubungkan makhluk hidup yang satu dengan makhluk hidup yang lain. Beberapa pengertian menurut beberapa ahli antara lain :

- a. Bahasa adalah suatu sistem simbol bunyi yang bermakna dan berartikulasi (dihasilkan oleh alat ucap) yang bersifat arbitrer dan konvensional, yang dipakai sebagai alat berkomunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan perasaan dan pikiran (Wibowo, 2001:3).
- b. Bahasa sebagai komunikasi yang paling lengkap dan efektif untuk menyampaikan ide, pesan, maksud, perasaan dan pendapat kepada orang lain (Walija, 1996:4).
- c. Bahasa adalah alat yang dipakai untuk membentuk pikiran dan perasaan, keinginan dan perbuatan-perbuatan, alat yang dipakai untuk mempengaruhi dan dipengaruhi dan bahasa adalah tanda yang jelas dari kepribadian yang baik maupun yang buruk, tanda yang jelas dari keluarga dan bangsa, tanda yang jelas dari budi kemanusiaan (Syamsuddin, 1986:2).

commit to user

2. Fungsi Bahasa

Bahasa merupakan sistem lambang bunyi ujaran yang digunakan untuk berkomunikasi oleh masyarakat pemakainya/penuturnya. Berikut ini adalah fungsi bahasa menurut Gorys Keraf (Keraf, 2001:3-8).

a. Alat untuk menyatakan ekspresi diri

Fungsi ini menekankan bahasa sebagai alat untuk menyatakan segala pikiran dan perasaan. Sebagai contoh, seorang penulis mengekspresikan dirinya kepada orang lain melalui tulisannya.

b. Alat komunikasi

Fungsi ini menekankan bahasa sebagai rangkaian kata-kata yang digunakan untuk mengungkapkan perasaan dan pikiran yang memungkinkan seseorang menciptakan kerjasama dengan sesamanya. Komunikasi dapat berjalan dengan baik apabila perumusan maksud kita dapat diterima oleh orang lain.

c. Alat mengadakan integrasi dan adaptasi sosial

Fungsi ini menekankan bahasa sebagai salah satu sarana yang efisien untuk mengikat dan mempersatukan anggota masyarakat dengan kelompok sosial yang dimasukinya. Ia memungkinkan pembauran yang baik bagi individu dengan masyarakatnya.

d. Alat mengadakan kontrol sosial

Fungsi ini menekankan bahasa sebagai penuntun kita untuk memperoleh dan mendengarkan pandangan, sikap dan tindakan yang

baik mengenai suatu hal. Misalnya melalui buku-buku pelajaran atau buku-buku instruksi.

3. Ragam Bahasa

Ragam bahasa adalah varian dari sebuah bahasa menurut pemakaiannya. Menurut media pembicaraannya atau sarana pemakaiannya, ragam bahasa dapat dibedakan menjadi 2, yaitu :

a. Ragam Bahasa Lisan

Ragam bahasa lisan merupakan ragam bahasa yang diungkapkan melalui media lisan, terkait oleh ruang dan waktu sehingga situasi pengungkapan dapat membantu pemahaman. Bahasa lisan lebih ekspresif di mana mimik, intonasi, dan gerakan tubuh dapat bercampur menjadi satu untuk mendukung komunikasi yang dilakukan. Ragam bahasa lisan antara lain meliputi : ragam bahasa cakapan, ragam bahasa kuliah, ragam bahasa panggung, dan lain-lain.

b. Ragam Bahasa Tulis

Ragam bahasa tulis merupakan ragam bahasa yang pemakaiannya melalui media tulis, tidak terkait ruang dan waktu sehingga diperlukan kelengkapan struktur agar dapat dipahami dengan mudah dan benar. Ragam bahasa tulis memiliki kaidah yang baku dan teratur seperti tata cara penulisan (ejaan), tata bahasa, kosa kata, kalimat, penggunaan tanda baca dan lain-lain yang harus disusun secara lengkap, tepat dan

benar. Ragam bahasa tulis antara lain meliputi : ragam bahasa Undang-Undang, ragam bahasa catatan, ragam bahasa surat, dan lain-lain.

B. Bahasa China

1. Jenis Bahasa China

Bahasa China juga dikenal dengan istilah Bahasa Mandarin. Istilah ‘Mandarin’ ini mulai diperkenalkan oleh orang Barat yang datang ke China pada zaman Dinasti Qing. Di China, bahasa China lebih populer dengan istilah bahasa Han (*Hanyu*) yaitu bahasa pemersatu penduduk Tiongkok. Karena merupakan bahasa nasional, maka bahasa ini disebut juga dengan *Putonghua*, yang artinya bahasa umum. Di Taiwan dikenal dengan sebutan *Guoyu*, yang artinya bahasa nasional. Sedangkan bagi etnis Tionghoa di luar China lebih populer dengan istilah *Huayu*.

Di dalam Bahasa China, orang-orang Cina sangat membedakan antara bahasa tertulis (*wén*) dan bahasa lisan (*yǔ*). Sehingga saat seseorang belajar Bahasa China, setidaknya ada 3 komponen yang harus ia pelajari, yaitu bunyi, huruf, dan nada.

Berdasarkan jenisnya, Bahasa China yang dibedakan menjadi 2, yaitu Bahasa China menurut penuturannya dan Bahasa China menurut penulisannya.

a. Bahasa China menurut penuturannya

Dalam penuturannya, Bahasa China mengenal 4 simbol bunyi yang biasanya disebut dengan *shēng diào*, yaitu bunyi datar (—), bunyi naik

(/), bunyi melengkung (ˇ), dan bunyi turun (\). Bahasa China juga disebut hanyu (汉语). Uraian nada-nada itu adalah sebagai berikut.

i. Nada datar (—)

Bunyi nada ini adalah datar dan panjang.

Contohnya seperti pada kata 妈妈 māmā ,yang berarti ibu.

ii. Nada naik (/)

Bunyi nada ini agak naik dibandingkan dengan nada datar.

Contohnya seperti pada kata 麻 má, yang berarti serat.

iii. Nada melengkung (ˇ)

Nada ini dibaca naik kemudian turun seperti agak mendayu.

Contohnya seperti pada kata 马 mǎ, yang berarti kuda.

iv. Nada turun (\)

Bunyi nada ini turun dan tegas.

Contohnya seperti pada kata 骂 mà, yang berarti marah.

Dalam Bahasa China, pengucapan nada yang benar memiliki peran yang sangat penting sebagai salah satu pembeda kata atas bunyi yang sama. Karena jika kita salah mengucapkan nada sedikit saja, maka orang lain yang mendengar lafal kita mungkin akan salah menangkap makna yang kita maksud. Contohnya pada kata 买 mǎi yang artinya membeli dan 卖 mài yang artinya menjual.

b. Bahasa China menurut penulisannya

Aksara China berbentuk piktograf yang setiap hurufnya melambangkan suatu makna. Pada awal ditemukannya, aksara China ini penulisannya lebih rumit dari yang kita jumpai sekarang ini. Sekitar beberapa puluh tahun belakangan ini, diadakanlah pembaharuan untuk menyederhanakan goresan dari aksara yang terlalu rumit dan menetapkan standar penulisan bunyi Bahasa China dalam huruf latin yang biasa disebut *hanyu pinyin*. Sampai saat ini, ada 2 macam bentuk penulisan China, yaitu aksara China tradisional dan aksara China yang diringkaskan. Aksara China tradisional sekarang sudah jarang dipergunakan di China, hanya saja untuk karya tulis yang bersifat formal seperti penulisan *shufa* atau karangan klasik, orang China masih suka menggunakan metode penulisan ini. Aksara ini masih dipakai di daerah Taiwan, Hongkong dan Macao. Sedangkan aksara China yang telah diringkaskan dipakai di sebagian besar wilayah China dan Singapura. Aksara China juga disebut sebagai hanzi (汉字).

2. Tata Bahasa China

Tata bahasa adalah segala aturan atau sistem dalam ketatabahasaan agar suatu kata yang dibentuk itu dapat menjadi sebuah kalimat yang dapat dimengerti secara universal. Suatu kalimat agar dapat dimengerti dengan baik, maka kalimat itu harus memuat semua unsur pembentuk sesuai dengan tata kebahasaan yang

tepat. Dalam Bahasa China juga dikenal adanya kata benda, kata kerja, kata ganti dan kata pembantu. Semua proses dalam ketatabahasaannya Bahasa China telah mengalami suatu proses yang amat panjang.

Dalam ketatabahasaannya Bahasa China menurut pemenggalannya, dikenal adanya 2 macam kalimat.

a. Kalimat Tunggal

Kalimat Tunggal adalah kalimat yang hanya terdiri dari 1 pola kalimat, baik itu terdiri atas dua unsur inti pembentukan kalimat (subjek dan predikat) atau terdiri dari salah satu atau lebih unsur-unsur tambahan (objek dan keterangan), asalkan unsur-unsur tambahan itu tidak membentuk pola kalimat baru.

Misalnya : 他在说话 tā zài shuō huà, artinya dia sedang berbicara.

弟弟去学校了 dìdì qù xué xiào le , artinya adik sudah

ke sekolah.

b. Kalimat Majemuk

Kalimat Majemuk adalah kalimat-kalimat yang mengandung dua pola kalimat atau lebih.

Misalnya

阿里看球赛的时候突然听到了有人敲门，他就跑过去把门打开。

Ālǐ kàn qiú sài de shí hòu tú rán tīng dào le yǒu rén qiāo mén, tā jiù bǎo guò qù bǎ mén dǎ kāi (Saat Ali menonton pertandingan bola, tiba-

tiba terdengar ada orang mengetuk pintu, dia lalu dengan berlari membuka pintu).

Selain berdasarkan komponen yang menyokongnya, dalam tata bahasa China juga terdapat suatu susunan bahasa yang unik, yang terkadang dapat menimbulkan kesalahpahaman bagi orang yang membacanya jika tidak digunakan dengan jelas. Bahasa ini disebut dengan bahasa ambigu. Bahasa ambigu dapat diartikan sebagai bahasa yang memiliki kegandaan makna yang dapat menimbulkan keraguan atau mengaburkan maksud kalimat.

Misalnya pada kalimat pendek: 是啊 shì a

Kalimat ini dapat menimbulkan pengertian ganda dikarenakan tidak ada tanda baca yang mengirinya. Kalimat itu dapat berarti:

- i. Benar. (mengiyakan sesuatu)
- ii. Benarkah? (menanyakan sesuatu)

Dalam tata bahasa China, selain bahasa ambigu, masih ada lagi model bahasa khusus yang sering kita jumpai dalam sebuah kalimat. Model bahasa ini sering diucapkan oleh para cendekiawan, penulis puisi atau orang yang ingin mengungkapkan sebuah makna dengan cara yang berbeda. Model bahasa ini disebut juga dengan peribahasa. Peribahasa dalam Bahasa China biasanya terdiri dari 4 huruf yang kemudian dirangkai menjadi 1 dan menghasilkan suatu makna.

Misalnya : 乱七八糟 luàn qī bā zāo, yang berarti berantakan.

2. Bahasa China dalam Bisnis

Bahasa China kini menjadi bahasa internasional kedua setelah Bahasa Inggris. Dewasa ini penguasaan terhadap Bahasa China ini diidentikan dengan makin cerah nya karir seseorang terutama bagi yang hendak terjun dalam dunia bisnis.

Kita tahu bahwa setiap bahasa memiliki spesialisasi bahasanya sendiri-sendiri. Bahasa China bisnis pun memiliki gaya bahasanya sendiri. Di bawah ini adalah beberapa contoh kalimat yang sering digunakan dalam bisnis berbahasa China.

- a. 你好！我是这个公司的总经理，我叫李强！

Halo! Saya adalah manajer perusahaan ini, nama saya Li Qiang!

- b. 您好，李总，久仰您的大名。

Halo, manajer Li, sudah lama saya mendengar nama besar Anda.

- c. 不敢当，很高兴见到你！

Terlalu memuji, saya sangat senang dapat berjumpa dengan Anda!

- d. 见到您我也感到非常荣幸。

Dapat berjumpa dengan Anda juga merupakan suatu kehormatan bagi saya.

- e. 真是万分感谢您！初来乍到，以后要让你费心了，请你多多关照

!

Terimakasih banyak! Saya baru datang seperti ini, esok pasti banyak merepotkan Anda, tolong bantuannya!

Kunci utama dalam dunia usaha adalah kepercayaan, dan kepercayaan akan tumbuh dengan lebih cepat jika syarat kesamaan bahasa sudah dipenuhi. Orang di seluruh penjuru dunia menganggap bahasanya sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari dirinya. Maka, orang Chinapun akan lebih respek dan menaruh kepercayaannya dengan seseorang asing yang mampu menjalin komunikasi dengan Bahasa China yang baik. Kelak, seseorang yang memiliki kemampuan berbahasa China akan dapat menjadi aset penting bagi perusahaan karena kelancaran suatu transaksi bisnis berawal dari kelancaran berkomunikasi.

C. Komunikasi Bisnis

1. Definisi Komunikasi Bisnis

Sejak lahir dan selama hidupnya, manusia akan selalu terlibat dalam tindakan-tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi ini dapat menyangkut perasaan, pikiran dan perbuatan manusia.

Dalam kegiatan komunikasi bisnis, pesan yang disampaikan hendaknya tidak hanya bersifat informatif, yaitu agar pihak lain mengerti dan tahu, tetapi juga haruslah bersifat persuasif, yaitu agar pihak lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan untuk melakukan suatu perbuatan atau kegiatan. Berikut ini adalah pengertian komunikasi bisnis menurut beberapa ahli:

- a. Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik

commit to user

komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. (Purwanto, 2003).

- b. Komunikasi bisnis adalah pertukaran gagasan, pendapat, informasi, dan instruksi yang memiliki tujuan tertentu yang disajikan personal maupun impersonal melalui simbol atau sinyal untuk mencapai tujuan perusahaan. (Bernard, 1985:7).

2. Bentuk Komunikasi Bisnis

Berdasarkan media yang digunakan, bentuk komunikasi bisnis dibedakan menjadi 3, yaitu :

- a. Komunikasi verbal (*verbal communication*)

Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui tulisan dan lisan. Contohnya: membaca majalah, memperhatikan seminar dan lain-lain.

Komunikasi verbal memiliki 2 tipe, yaitu tipe aktif dan pasif. Dimana dalam komunikasi verbal seseorang dapat bertindak sebagai komunikator atau pengirim pesan dan dapat bertindak sebagai *audience*/penerima pesan.

- b. Komunikasi non-verbal (*non-verbal communication*)

Komunikasi non-verbal merupakan bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis. Pada umumnya komunikasi nonverbal memiliki sifat yang kurang terstruktur (secara spontan) sehingga sulit untuk dipelajari. Contoh: memahami penggunaan bahasa

isyarat, ekspresi wajah, gerakan tubuh, sandi, intonasi suara dan lain-lain.

c. Elektronik komunikasi

Komunikasi elektronik adalah cara komunikasi modern yang menggunakan media elektronik dan teknologi untuk berkomunikasi, seperti melalui telekonferensi, *email* dan lain-lain. Komunikasi bisnis elektronik dapat dilakukan melalui internet, seperti melalui *email*, diskusi milist, suatu group/komunitas, video konferensi, pesan singkat, telepon berbasis *internet*, transfer data/dokumen dan lain-lain.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelancaran Komunikasi Bisnis

Menurut Dr.Wiryanto (Wiryanto, 2004), faktor yang mempengaruhi kelancaran komunikasi bisnis dibedakan menjadi 5, antara lain :

a. Latar belakang budaya

Interpretasi suatu pesan akan terbentuk dari pola pikir seseorang melalui kebiasaannya, sehingga semakin sama latar belakang budaya antara pelaku komunikasi maka komunikasi yang dilakukannya akan semakin efektif.

b. Ikatan kelompok atau *group*

Nilai-nilai yang dianut oleh suatu kelompok sangat mempengaruhi cara seseorang untuk mengamati pesan.

c. Harapan

Harapan mempengaruhi penerimaan seseorang atas suatu pesan.

commit to user

d. Pendidikan

Semakin tingginya pendidikan maka akan semakin tinggi pula sudut pandang yang digunakan dalam menyikapi isi pesan.

e. Situasi

Pada dasarnya, perilaku dalam komunikasi dipengaruhi oleh lingkungan/situasi.

4. Hambatan dalam Proses Komunikasi Bisnis

Menurut Rondonuwu (Rondonuwu, 2007), hambatan dalam komunikasi bisnis dibedakan menjadi 3, yaitu:

a. Hambatan teknis

Hambatan ini ditimbulkan karena pengaruh lingkungan. Contohnya, dari sisi teknologi, hambatan dalam proses komunikasi akan semakin berkurang dengan adanya temuan baru di bidang teknologi komunikasi dan sistem informasi.

b. Hambatan semantik

Hambatan ini ditimbulkan karena pengaruh penguasaan dan pemilihan bahasa komunikasi yang tidak sesuai. Suatu pesan yang kurang jelas akan tetap menjadi tidak jelas bagaimanapun baiknya transmisi yang digunakan. Untuk menghindari suatu mis-komunikasi, seorang komunikator harus memilih kata-kata yang tepat dan sesuai dengan karakteristik komunikannya, serta melihat dan mempertimbangkan

kemungkinan penafsiran yang berbeda terhadap kata-kata yang digunakannya.

c. Hambatan manusiawi

Hambatan ini muncul dari masalah-masalah pribadi yang dihadapi oleh orang-orang yang terlibat dalam komunikasi. Hambatan ini mencakup: hambatan yang berasal dari perbedaan individual manusia (perbedaan persepsi, umur, keadaan emosi, status, keterampilan mendengarkan, pencarian informasi, penyaringan informasi) dan hambatan yang ditimbulkan oleh iklim psikologis dalam organisasi atau lingkungan sosial dan budaya (suasana dan iklim kerja serta tata nilai yang dianut).

5. Tujuan Komunikasi Bisnis

Tujuan dari komunikasi bisnis, antara lain :

a. Memberi informasi (*informing*)

Tujuan komunikasi bisnis adalah untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan dunia bisnis kepada pihak lain, contoh seorang pemimpin perusahaan ingin mendapatkan pegawai yang diharapkan, maka dia memasang iklan melalui media masa atau *internet*.

b. Memberi persuasi (*persuading*)

Tujuan komunikasi bisnis adalah untuk memberikan persuasi kepada pihak lain agar apa yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan benar. Hal ini sering dilakukan terutama saat mengkonfirmasi pesanan pelanggan atau negoisasi dengan pelanggan.

commit to user

c. Melakukan kolaborasi (*collaborating*)

Tujuan komunikasi bisnis adalah untuk melakukan kolaborasi atau kerja sama bisnis antara seseorang dengan orang lain. Dengan adanya komunikasi bisnis yang baik maka hubungan kerjasama akan berjalan baik dan lancar.

6. Komunikasi Bisnis dalam Bisnis

Syarat utama dalam berkomunikasi bisnis yang efektif adalah karakter kokoh yang dibangun dari fondasi etika serta integritas pribadi yang kuat. Tidak peduli seberapa berbakatnya seseorang, betapa unggulnya atau seberapa kuatnya sebuah seseorang, keberhasilan transaksi dagang tidak akan diperoleh tanpa keterampilan komunikasi bisnis yang efektif. Untuk dapat melakukan komunikasi yang efektif, maka kemampuan untuk mengirimkan pesan atau informasi, kemampuan untuk menjadi pendengar yang baik, serta keterampilan menggunakan berbagai media merupakan bagian penting yang harus diperhatikan.

D. Transaksi Dagang

1. Definisi Transaksi Dagang

Secara umum, transaksi dagang dapat diartikan sebagai kejadian ekonomi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk memperoleh keuntungan.

Pengertian transaksi dagang menurut beberapa ahli, antara lain:

- a. Transaksi dagang adalah suatu kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan paling tidak dua pihak (seseorang dengan seseorang atau *commit to user*)

dengan beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri atas dasar suka sama suka ataupun atas dasar suatu ketetapan hukum yang berlaku (Wiyono, 2006).

- b. Transaksi dagang adalah pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan atau organisasi lain) kejadian-kejadian yang memiliki pengaruh ekonomi atas bisnis (Skousen, 2007:71).

2. Transaksi E-commerce

Perkembangan teknologi informasi terutama *internet* merupakan faktor pendorong perkembangan transaksi *e-commerce*. Dengan menghubungkan jaringan komputer perusahaan dengan *internet*, perusahaan dapat menjalin hubungan bisnis dengan rekan bisnis atau konsumen secara lebih efisien serta dapat meningkatkan efisiensi biaya dan produktifitas perusahaan.

Pengertian *E-commerce* dilihat dari beberapa perspektif, antara lain:

- a. Dari perspektif komunikasi, *E-Commerce* adalah pengiriman informasi, produk/jasa, atau pembayaran melalui jaringan telepon atau jalur komunikasi lainnya.
- b. Dari perspektif bisnis, *E-Commerce* adalah aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi bisnis dan *work flow*.
- c. Dari perspektif pelayanan, *E-Commerce* adalah alat yang digunakan untuk mengurangi biaya dalam pemesanan dan pengiriman barang.

- d. Dari perspektif *online*, *E-Commerce* menyediakan kemampuan untuk menjual dan membeli produk serta informasi melalui *internet* dan jaringan jasa *online* lainnya.

E. Psikologi dan Kepribadian

1. Definisi Psikologi

Psikologi adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku terbuka dan tertutup pada manusia baik selaku individu maupun kelompok, dalam hubungannya dengan lingkungan. Tingkah laku terbuka adalah tingkah laku yang bersifat psikomotor yang meliputi perbuatan berbicara, duduk, berjalan dan sebagainya. Sedangkan tingkah laku tertutup meliputi berpikir, keyakinan, perasaan dan sebagainya (Muhibbinsyah, 2001).

2. Pendekatan Psikologi

Pendekatan psikologi adalah segala pendekatan yang memungkinkan terjadi interaksi yang bersifat psikologi. Menurut Walgito (Walgito, 2010), pendekatan psikologi dibagi menjadi 4 bagian, yaitu :

a. Pendekatan Perilaku

Pendekatan Perilaku pada dasarnya menekankan bahwa tingkah laku adalah respon atau stimulus yang akan datang.

b. Pendekatan Kognitif

Pendekatan Kognitif pada dasarnya menekankan bahwa tingkah laku adalah proses mental, di mana individu menangkap, menilai, membandingkan, dan menanggapi stimulus sebelum melakukan reaksi.

c. Pendekatan Psikoanalisa

Pendekatan Psikoanalisa pada dasarnya meyakini bahwa kehidupan individu sebagian besar dikuasai oleh alam bawah sadar, seperti keinginan, impuls, atau dorongan.

d. Pendekatan Fenomenologi

Pendekatan Fenomenologi pada dasarnya lebih memperhatikan pada pengalaman subyektif individu karena itu tingkah laku sangat dipengaruhi oleh pandangan individu terhadap diri dan dunianya.

3. Wilayah Terapan Psikologi

Wilayah terapan psikologi adalah wilayah dimana kajian psikologi dapat diterapkan. Menurut Walgito (Walgito, 2010), wilayah terapan psikologi ini adalah:

a. Psikologi Sekolah

Psikologi Sekolah menciptakan situasi yang mendukung bagi anak didik dalam mengembangkan kemampuan akademik, sosialisasi, dan emosi.

b. Psikologi Industri dan Organisasi

Psikologi Industri dan Organisasi memfokuskan pada pengembangan, pengevaluasian dan memprediksi kinerja suatu pekerjaan individu.

commit to user

c. Psikologi Kerekayasaan

Psikologi Kerekayasaan menfokuskan pada penerapan psikologi yang berkaitan dengan interaksi antara manusia dan mesin.

d. Psikologi Klinis

Psikologi Klinis meliputi penerapan psikologi dalam memahami, mencegah dan memulihkan keadaan psikologis individu.

4. Kepribadian

Kepribadian secara umum, artinya adalah kepribadian menunjuk pada bagaimana individu tampil dan menimbulkan kesan bagi individu-individu lainnya. Pada dasarnya definisi dari kepribadian secara umum ini sangatlah lemah karena sifatnya yang evaluatif, yang hanya menilai perilaku yang dapat diamati saja dan tidak mengabaikan kemungkinan bahwa ciri-ciri ini bisa berubah. Pada dasarnya kepribadian itu tidak dapat dinilai “baik” atau “buruk” karena bersifat netral.

5. Faktor Yang Mempengaruhi Kepribadian Seseorang

Manusia sebagai obyek material psikologi, dalam kenyataannya sangatlah bermacam-macam dan beraneka ragam. Menurut Freud dalam Hall (Hall, 1980) faktor-faktor yang menyebabkan adanya perbedaan kepribadian antar seseorang yang satu dengan yang lain antara lain :

a. Faktor Pembawaan (*Hereditas*)

Hereditas merupakan faktor pertama yang mempengaruhi perkembangan individu, dalam hal ini hereditas dapat diartikan sebagai totalitas karakteristik individu yang diwariskan orang tua kepada anak.

b. Faktor Lingkungan (*environment*)

Lingkungan yang meliputi semua kondisi-kondisi dalam dunia ini akan mempengaruhi tingkah laku, pertumbuhan, perkembangan atau *life processes* kita kecuali yang berhubungan dengan *hereditas*. Faktor lingkungan ini meliputi faktor fisik/geografis, psikis, sosial dan religius.

c. Faktor Perpaduan (Konvergensi)

Faktor ini merupakan faktor yang menyatukan antara faktor hereditas dan lingkungan, namun keduanya kurang realistis, pada kenyataannya potensi pembawaan yang baik saja, tanpa pengaruh lingkungan yang positif belum tentu akan membina kepribadian yang ideal, dan sebaliknya.

d. Faktor Kebudayaan

Perbedaan kebudayaan yang berbeda-beda dalam setiap masyarakat dapat mempengaruhi kepribadian seseorang. Misalnya : kebudayaan orang di daerah pantai akan berbeda dengan kebudayaan orang di pegunungan, dan sebagainya.

6. Psikologi dan Kepribadian dalam Bisnis

Dengan terus meningkatnya persaingan dalam dunia bisnis dewasa ini, mau tidak mau suatu perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas dan pelayanannya yang berbeda dari perusahaan-perusahaan yang lain. Ketika konsumen merasa nyaman dan senang dengan pelayanan yang diberikan, maka tak jarang loyalitas mereka pun akan meningkat. Bermulai dari pemikiran inilah, mereka mulai menempatkan penguasaan psikologi dan kepribadian ke dalam tempat yang penting dalam suatu hubungan dagang. Dalam psikologi, ada beberapa hukum yang dapat digunakan untuk memahami perilaku dan menarik minat konsumen. Hukum-hukum tersebut yaitu:

a. Hukum Resiprositas

Hukum ini membahas tentang kebiasaan manusia yang cenderung membalas budi terhadap apa yang diterimanya. Hukum ini menyarankan kepada pelaku bisnis untuk dapat mencurahkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada calon konsumen.

b. Hukum *Social Proof*

Hukum ini membahas kebiasaan manusia yang cenderung selalu membutuhkan pengakuan dari lingkungannya dan tidak mau dianggap bodoh. Tidak heran jika kebanyakan konsumen lebih memilih untuk membeli produk bermerek terkenal atau brand luar negeri untuk menunjukkan status sosial mereka.

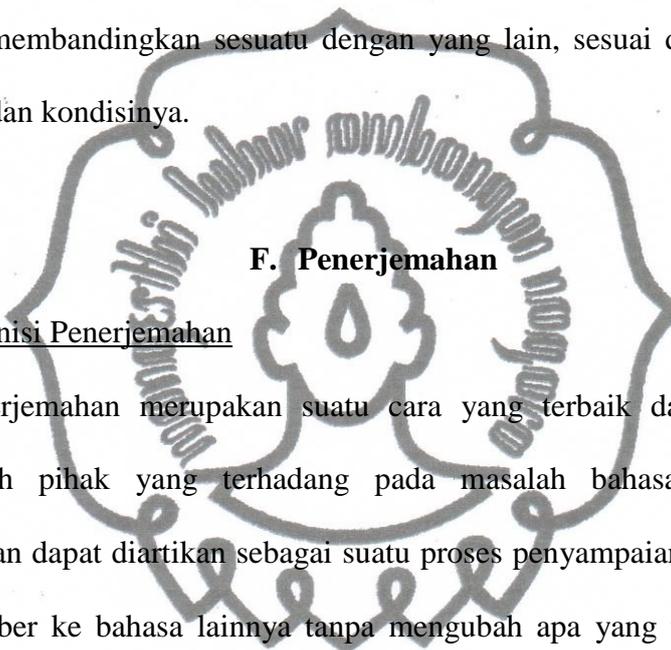
c. Hukum *Scarcity*

commit to user

Hukum ini membahas kebiasaan manusia yang cenderung untuk tertarik pada barang-barang yang persediaannya terbatas sehingga terkesan eksklusif dan tidak terlihat pasaran.

d. Hukum Perbandingan

Hukum ini membahas kebiasaan manusia yang cenderung suka membandingkan sesuatu dengan yang lain, sesuai dengan kebutuhan dan kondisinya.



F. Penerjemahan

1. Definisi Penerjemahan

Penerjemahan merupakan suatu cara yang terbaik dalam menyatukan kedua belah pihak yang terhadang pada masalah bahasa. Secara umum penerjemahan dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian suatu pesan dari bahasa sumber ke bahasa lainnya tanpa mengubah apa yang terdapat di dalam suatu pesan itu.

Penerjemahan memiliki beberapa definisi. Definisi itu antara lain :

- a. Penerjemahan itu mungkin dibuat dengan kesamaan ide yang ada di balik ungkapan verbalnya yang berbeda (Savory, 1969:13).
- b. Penerjemahan adalah menghasilkan padanan natural yang paling dekat dengan pesan bahasa sumber ke dalam bahasa penerima, pertama dari segi makna dan kedua dari segi gaya. (Nida dan Taber, 1969:12)

2. Proses Penerjemahan

Agar proses penerjemahan dapat berjalan baik, maka perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a. Sebelum memulai menerjemahkan, hendaknya terlebih dulu membaca teks bahasa sumber dan menganalisa kata dan kalimat dari berbagai sisi.
- b. Menguasai dan memahami alur pikir penulis guna menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan utuh.
- c. Mengalihkan pemikiran penulis ke bahasa target dengan cermat dan tepat, dibarengi dengan ungkapan pemilihan diksi dan bahasa yang benar.
- d. Tahap terakhir adalah pengamplasan atau penghalusan bentuk terjemahan.

Terjemahan perlu ditinjau kembali dengan memandangnya menggunakan kaca mata bahasa penerima.

3. Penerjemahan dalam Bisnis

Seorang penerjemah atau mediator memiliki kedudukan yang penting dalam mensukseskan suatu transaksi bisnis. Penerjemah yang berkompeten akan mampu menghasilkan sebuah terjemahan yang dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh pihak penerima tanpa mengubah inti dari sesuatu yang diterjemahkan. Dari segi pribadinya sendiri, ia dituntut untuk memiliki

kepribadian yang baik yang mampu menerjemahkan suatu tujuan yang ingin dicapai perusahaan kepada pihak yang dituju.



BAB III

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

PT Karisma Jaya adalah perusahaan yang bergerak di industri plastik. Lingkup kerjanya meliputi pengolahan limbah plastik (barang *side job*) untuk diubah menjadi bijih plastik dan kemudian mengolah bijih plastik itu menjadi kemasan-kemasan plastik yang dapat digunakan kembali. Perlahan tapi pasti, PT Karisma Jaya telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat. Hal ini dapat dilihat melalui meningkatnya kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan serta pelayanan yang diberikan pada masyarakat dari waktu ke waktu. Bahkan, untuk beberapa produk andalannya, PT Karisma Jaya telah memperoleh sertifikat halal dari MUI.

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Pada awalnya, PT Karisma Jaya hanyalah merupakan bentuk usaha keluarga yang dirintis oleh dua bersaudara, yaitu Bapak Gunawan dan adiknya, Bapak Candra Setiawan. Usaha keluarga yang dimulai didirikan pada tahun 2003 dan berlokasi di Jl. Angrek No.11, Grogol, Sukoharjo ini dimulai dengan mengoperasikan lima mesin *Polypropylene* dan lima mesin *Polyethylene*. Melihat kondisi bisnis yang baik saat itu, pada akhir tahun 2003, PT Karisma Jaya kemudian memiliki inisiatif untuk memperluas usahanya dengan menambah pengoperasian mesin *High Density Polyethylene* yang ditempatkan di sebidang

commit to user

tanah seluas 9.800 m² di Jl. Ronggolawe No.8, Telukan, Sukoharjo, yang pada kemudian hari lokasi ini akan menjadi kantor pusat dari PT Karisma Jaya.

Pada tahun yang sama pula dan bertempat di Telukan Sukoharjo, PT Karisma Jaya juga mulai mengoperasikan mesin pengolahan limbah plastik yang digunakan untuk mengolah kembali limbah menjadi bijih plastik. Bijih plastik ini yang esok menjadi bahan baku pembuatan plastik. Pemikiran dan pembuatan mesin pengolahan limbah pertama bagi PT Karisma Jaya ini diprakarsai oleh seorang teknisi ahli dari PT. Karisma Jaya yang cukup berpengalaman dalam bidang plastik, yaitu Alm. Bapak Agong Hartono. Bahkan, sampai sekarang mesin ini masih beroperasi dengan baik membantu proses produksi di PT Karisma Jaya. Walaupun mesin ini hanyalah mesin buatan lokal, tetapi baik dalam kualitas produk bijih yang dihasilkan maupun dalam hal keawetan mesinnya, mesin ini tidak kalah dengan mesin buatan luar negeri.

Sekarang ini, PT Karisma Jaya telah memiliki ratusan karyawan yang handal dan produksinya telah dilengkapi dengan mesin teknologi yang terbaik di bidangnya. Sampai saat ini, PT Karisma Jaya telah memiliki 35 mesin PP, 15 mesin PE, 50 mesin HD, 70 mesin potong HD. Total anak perusahaan yang berdiri tahun 2003 ini, kini telah berjumlah 4 buah yang kesemuanya tersebar di Solo dan Jakarta. Dengan menggunakan motto ” Handal, Profesional & Kualitas Maksimal”, PT Karisma Jaya berusaha melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen terhadap berbagai macam pemakaian produk plastik kemasan.

Lokasi kelima anak perusahaan yang dimiliki PT Karisma Jaya sampai sekarang berdasarkan urutan pendiriannya adalah sebagai berikut :

commit to user

a. Lokasi I

Lokasi pertama ini terletak di Banyu Agung. Pabrik ini merupakan sejarah awal berdirinya PT Karisma Jaya. Sekarang, di lokasi ini dikhususkan PT Karisma Jaya untuk memproduksi plastik PP dengan hasil produksi mencapai 3.000 kg/hari.

b. Lokasi II

Lokasi kedua terletak di Jl. Angrek no.11, Grogol, Sukoharjo. Di lokasi ini, dikhususkan PT Karisma Jaya untuk memproduksi plastik PP dan PE. Total produksi plastik di lokasi kedua ini mencapai 9.000 kg/hari.

c. Lokasi III

Lokasi ketiga terletak di Jl. Ronggolawe no.8, Telukan, Sukoharjo. Lokasi ini digunakan sebagai kantor pusat, dengan pertimbangan bahwa lokasi ini berada di daerah dengan permukaan yang cukup tinggi sehingga bebas banjir, area lokasinya juga cukup luas dan mempunyai letak yang strategis. Di kantor pusat ini yang diproduksi adalah plastik HDPE, plastik PP, dan plastik PE. Kantor pusat ini kantor pusat juga berperan sebagai penyuplai bahan baku ke cabang lainnya.

d. Lokasi IV

Lokasi keempat yang dibangun pada tahun 2009 terletak di Jl. Ronggolawe no.11, Telukan, Sukoharjo. Anak perusahaan ini diberi nama "Karisma Jaya *Pelletizing Plastic*". Pabrik ini digunakan khusus

untuk pengolahan aval plastik yang produksinya mencapai sekitar 3.000 kg/hari. Lokasi ini terletak tidak jauh dari kantor pusat sehingga mempermudah pengiriman aval plastik.

e. Lokasi V

Pada tahun 2011, PT Karisma Jaya kembali memperluas area produksinya dengan membangun lahan seluas 12.405m², yang sampai saat ini masih dalam proses pembangunan. Lokasi kelima ini direncanakan untuk memproduksi plastik PP, plastik PE dan gudang.

2. Informasi Produk

Berikut adalah produk-produk yang diproduksi oleh PT Karisma Jaya :

a. *Polypropylene* (PP)

Polypropylene adalah plastik yang terbuat dari salah satu jenis polimer yang banyak digunakan secara luas, dan sama dengan *polyethylene*, *polypropylene* merupakan polimer yang digunakan merupakan polimer yang paling aman dibandingkan dengan jenis polimer lainnya. Untuk produksi *polypropylene*, PT Karisma Jaya mampu menghasilkan kantong plastik PP sebanyak 10.000 kg/hari dengan ukuran sesuai permintaan. Pemasarannya meliputi daerah Jawa dan Sumatera.

b. *Polyethylene* (PE)

Polyethylene adalah plastik yang terbuat dari polimer *ethylene*. Sifat dari *polyethylene* tidak berbeda jauh dari *polypropylene*. Seperti halnya *polypropylene*, plastik *polyethylene* juga sangat banyak digunakan dan

sangat aman. Untuk produksi *polyethylene*, PT Karisma Jaya mampu memproduksi plastik jenis ini sebanyak 5.000 kg/hari dalam berbagai ukuran. Pemasaran plastik *polypropylene* ini baru sebatas di Pulau Jawa.

c. *High density polyethylene* (HDPE)

HDPE adalah plastik yang terbuat dari polimer *ethylene* yang memiliki densitas yang lebih tinggi dibandingkan *polyethylene*. Kantong *High Density Polyethylene* juga sering kali disebut dengan kantong kresek. PT Karisma Jaya memproduksi beberapa warna kantong HDPE, yaitu kuning, merah, biru, hijau, hitam dalam berbagai macam ukuran. Kantong HDPE yang dihasilkan oleh PT. Karisma Jaya ini tidak berbau karena dihasilkan dari bijih plastik *original*/asli.

d. Plastik mulsa

Plastik mulsa adalah plastik yang terbuat dari bahan *polyethylene* dengan dua permukaan warna yaitu hitam dan perak. Plastik ini banyak digunakan untuk berkebun, misalnya untuk menanam mentimun, tomat, stroberi dan kubis. Warna hitam digunakan untuk menutup permukaan tanah, sedangkan warna perak sebagai permukaan atas tempat menanam tanaman budidaya. Untuk produksi plastik mulsa, PT Karisma Jaya hanya akan memproduksi plastik mulsa sesuai dengan pesanan. Dalam satu bulan, PT Karisma Jaya dapat memproduksi plastik mulsa sebanyak 5.000 kg.

3. Struktur Organisasi

Setiap bagian tingkatan posisi dalam suatu perusahaan memiliki tugas dan deskripsi kerja yang berbeda-beda pula. Di bawah ini adalah tugas dan deskripsi kerja masing-masing bagian dalam PT Karisma Jaya.

a. Direktur Utama

Tugas pokok dari Direktur Utama adalah memimpin perusahaan dan bertanggung jawab sepenuhnya atas segala kegiatan yang dilakukan di dalam perusahaan serta memastikan keseluruhan proses kegiatan perusahaan dapat berjalan baik dan lancar.

b. Manajer Pabrik

Manajer pabrik bertugas untuk mengatur segala kegiatan yang dilakukan di pabrik secara keseluruhan, bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan produksi dan mengawasi ataupun mengendalikan jalannya produksi mulai dari penyediaan bahan baku sampai menjadi produk jadi.

c. Departemen Produksi

Departemen Produksi dikepalai oleh seorang kepala departemen produksi yang membawahi supervisor produksi dan supervisor teknik. Di sini departemen produksi bertanggung jawab mengawasi dan mengkoordinasi pelaksanaan proses produksi PT Karisma Jaya secara optimal sesuai dengan standar dan ketentuan yang telah ditetapkan.

d. Departemen Potong Las

commit to user

Bagian ini dikepalai oleh seorang kepala departemen potong yang membawahi supervisor potong las dan supervisor teknik. Bagian ini bertanggung jawab untuk proses pemotongan plastik yang disesuaikan dengan pesanan dan bertanggungjawab untuk proses pengepakannya.

e. Bagian Personalia

Tugas dari Kepala Bagian Personalia adalah bertanggung jawab dalam pengadaan dan pengolahan sumber daya manusia dan segala hal yang berkaitan dengan tenaga kerja. Bagian ini juga bertugas untuk menangani administrasi yang menyangkut ketenagakerjaan dengan instansi pemerintah, yang meliputi pelatihan tenaga kerja, penerimaan karyawan, pengaturan jadwal kerja karyawan, dan lain-lain.

f. Bagian Pemasaran

Tugas dari Kepala Bagian Pemasaran adalah bertanggung jawab dalam kegiatan pemasaran, baik mulai perencanaan pemasaran, promosi, pelayanan terhadap pelanggan sampai barang sampai pada pelanggan dengan baik. Kepala bagian pemasaran membawahi bagian pemasaran barang dan transportasi.

g. Bagian *Purchasing*

Bagian *Purchasing* bertugas untuk menjamin seluruh pengadaan bahan baku, mesin-mesin maupun keperluan yang lain, baik
commit to user

yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan produksi.

h. Petugas Umum

Kepala Petugas Umum bertanggung jawab atas kerapian lokasi pabrik. Bagian ini bertugas untuk menerima bahan baku, mengatur bahan baku di gudang, mengatur dan menyediakan bahan baku bagi departemen produksi, kemudian mengatur barang jadi, dan mengatur aval yang dihasilkan dari proses produksi.

i. Keamanan

Kepala Keamanan bertanggung jawab atas keamanan seluruh lokasi pabrik. Kepala keamanan membawahi beberapa satpam untuk ditugaskan di beberapa lokasi di perusahaan.

4. Ketenagakerjaan

Tenaga kerja merupakan suatu aset yang sangat berharga bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Dengan adanya tenaga kerja yang terampil, berdedikasi, dan ahli di bidangnya dapat menunjang dan mendukung kinerja di dalam perusahaan dalam berjalan baik dan lancar. Pemikiran inilah yang dianut oleh PT Karisma Jaya. Oleh karena itu, bagi PT Karisma Jaya, perusahaan dan tenaga kerja merupakan suatu kesatuan yang saling bergantung satu sama lain. Demi kelancaran kinerja perusahaan, tenaga kerja harus menaati peraturan kerja bersama yang telah dibuat dan disetujui bersama dan perusahaan akan memberikan hak yang setimpal atas kerja keras setiap tenaga kerja. Tenaga kerja

di PT Karisma Jaya dibagi menjadi 2 jenis, yaitu tenaga kerja tetap dan kontrak. Total tenaga kerja yang ada sampai sekarang kurang lebih berjumlah 800 orang. Tenaga kerja yang direkrut itu pada umumnya adalah warga sekitar lokasi pabrik.

4.1. Jam Kerja

Jam kerja di PT Karisma Jaya dibagi menjadi beberapa jenis. Jam kerja untuk staf yang bekerja di kantor akan berbeda dengan staf yang bekerja di dalam pabrik. Untuk staf yang bekerja di kantor, waktu kerjanya mulai dari pukul 08.00 sampai pukul 16.00 dengan diselingi waktu istirahat selama satu jam mulai pukul 12.00 sampai 13.00. Sedangkan untuk tenaga kerja yang bekerja di pabrik, waktu kerja yang terbagi tiga *shift*, dengan pembagian waktu kerja yang digilir setiap satu minggu sekali.

- a. *Shift* 1, bekerja dari pukul 07.00 sampai dengan pukul 15.00.
- b. *Shift* 2, bekerja dari pukul 15.00 sampai dengan pukul 23.00.
- c. *Shift* 3, bekerja dari pukul 23.00 sampai dengan pukul 07.00.

4.2. Sistem Pengupahan

Di PT Karisma Jaya, ketentuan mengenai sistem pengupahan didasarkan pada Upah Minimum Regional setiap daerah dan mengalami evaluasi setiap tahunnya. Gaji UMR tersebut hanya merupakan gaji pokok setiap tenaga kerja. Upah yang diberikan kepada tenaga kerja dapat lebih tinggi dari UMR yang ada dengan mempertimbangkan pada jabatan karyawan, tugas, tanggung jawab serta loyalitas kepada perusahaan.

commit to user

Dalam pengupahan, pihak manajemen juga menerapkan teori konsistensi internal (*Internal Concistency*), yang artinya semakin tinggi tingkat jabatan, tugas dan tanggung jawab seseorang maka semakin tinggi pula gaji yang akan diterima. Untuk para karyawan yang bekerja melebihi jam kerjanya, maka pihak perusahaan akan membayar kompensasi berupa gaji lembur. Untuk karyawan yang memiliki prestasi baik, perbulannya akan mendapatkan bonus tersendiri. Untuk karyawan tetap, penggajian dilakukan setiap satu bulan sekali. Sedangkan bagi karyawan kontrak, penggajian dilakukan tiap seminggu sekali.

4.3. Fasilitas Perusahaan

Demi kenyamanan tenaga kerja dan kelancaran proses produksi, PT Karisma Jaya memberikan beberapa fasilitas yang dapat dipergunakan oleh karyawan PT Karisma Jaya. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain :

i. Fasilitas Kerja

Fasilitas kerja yang disediakan oleh PT Karisma Jaya antara lain:

a) Seragam

Setiap karyawan akan diberikan dua pasang seragam berwarna biru dan hitam yang akan diberikan setiap setahun sekali.

b) Alat elektronik

Di bagian administrasi disediakan beberapa komputer, telepon, mesin *fax*, dan lain-lain yang digunakan untuk menunjang dan memperlancar aktivitas kerja.

c) Loker barang

Perusahaan menyediakan tempat untuk penyimpanan barang dan dokumen yang berhubungan dengan perusahaan.

ii. Fasilitas Umum

Fasilitas umum yang disediakan PT Karisma Jaya antara lain :

a) Tempat Peribadatan

PT Karisma Jaya menyediakan peribadatan berupa mushola kecil yang dapat digunakan sebagai tempat beribadat bagi karyawan.

b) Balai Pengobatan

Poliklinik berfungsi untuk memberikan pertolongan pertama jika terjadi sebuah kecelakaan dalam bekerja.

c) Koperasi

PT Karisma Jaya juga menyediakan sebuah koperasi yang bertujuan untuk memberikan pelayanan simpan pinjam bagi setiap karyawan dan anggotanya.

d) Kantin

PT Karisma Jaya menyediakan sebuah kantin yang akan menyediakan makanan bagi karyawan sewaktu jam istirahat.

B. Pengadaan Bahan Baku Industri

PT Karisma Jaya sebagai perusahaan yang bergerak di bidang produksi, sangat menyadari bahwa pengadaan ketersediaan bahan baku merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam keberlangsungan dan kelancaran proses produksinya. Oleh sebab itu, PT Karisma Jaya melalui bagian *purchasing*nya akan sedapat mungkin mengelola dan mengontrol persediaan bahan baku dengan baik. Bahan baku utama yang dibutuhkan PT Karisma Jaya antara lain bahan bijih plastik original ataupun bahan *additive*. Dalam kegiatan produksinya, PT Karisma Jaya selalu mengandalkan intuisi, kebiasaan, dan pengalaman yang biasa dilakukan dalam melakukan pengendalian persediaan bahan baku.

Cara pemesanan bahan baku ini dilakukan PT Karisma Jaya ada beberapa cara, antara lain melalui pembicaraan langsung, misalnya telepon, ataupun melalui media surat, misalnya *email*. Sistem yang digunakan untuk melakukan pengendalian persediaan bahan baku adalah dengan menggunakan *order cycle system* (metode pengulangan order), yaitu pemesanan yang dilakukan dengan jarak waktu tertentu. Metode ini hanya dilakukan ketika harga pada saat ini dipastikan sama dengan pembelian sebelumnya atau saat harga lebih rendah dari harga sebelumnya. Perolehan bahan baku berupa bijih plastik maupun *additive* plastik didapat dari *supplier* yang telah ditentukan oleh PT Karisma Jaya baik dari dalam maupun luar negeri.

Pengendalian bahan baku ini dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk menjaga agar perusahaan tidak mengalami kekurangan bahan baku maupun menjaga agar persediaan tidak melebihi batas yang diperlukan yang dapat *commit to user*

mengakibatkan terjadinya pembengkakan biaya-biaya penyimpanan dan pengelolaannya. Selain itu, pengendalian bahan baku dimaksudkan agar perusahaan dapat selalu mencapai target produksi yang telah ditetapkan sesuai dengan yang telah dibahas dirapat yang dilaksanakan tiap minggunya.

C. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Di bawah ini adalah hasil observasi yang telah dilakukan penulis selama melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Karisma Jaya. Adapun Praktik Kerja Lapangan ini penulis lakukan dari tanggal 13 Februari 2012 sampai 16 Maret 2012 dengan waktu pelaksanaan dimulai dari pukul 08.00–16.00.

Kegiatan pada hari pertama diawali dengan melapor ke bagian personalia terlebih dahulu. Kemudian oleh bagian personalia akan diantarkan berkeliling, yang diawali dengan mengunjungi ruangan Direktur Utama terlebih dahulu. Setelahnya, baru diantar ke ruangan-ruangan manajer sampai pada ruangan di mana nantinya akan bekerja dan berkenalan dengan staf yang ada di sana. Pada hari yang sama pula, juga berkunjung ke bagian *purchasing*. Karena bagian ini nantinya akan memiliki hubungan yang erat dengan pekerjaan yang akan dilakukan. Setelah mengenal seluruh staf kantor dan lokasi kerja di PT Karisma Jaya, kegiatan dilanjutkan dengan menerima pengarahan dan penjelasan dari Direktur Utama yaitu Bapak Gunawan tentang tugas perusahaan yang harus dilakukan selama menjalani Praktik Kerja Lapangan di sana.

Pada tugas kali ini, perusahaan ingin agar penulis melakukan kontak dagang dengan perusahaan di China guna pembelian mesin daur ulang limbah

plastik. Bapak Gunawan menjelaskan secara singkat sejarah kerjasama dengan pihak China ini sampai pada kendala yang dihadapi oleh perusahaan. Direktur PT Karisma Jaya ini adalah seorang yang kooperatif dan terbuka. Selama berada di sana, penulis selalu diterima dengan hangat. Bahkan deskripsi kerja diberikan sendiri oleh Bapak Gunawan. Walaupun terhadap tenaga kerja magang yang baru datang, tetapi Bapak Gunawan telah mempercayakan tugas yang sedemikian penting ini, juga memberikan waktu dan kesempatan untuk belajar, ini semua merupakan suatu kehormatan bagi penulis. Tidak ada yang bisa diberikan kecuali kontribusi kecil untuk perusahaan yaitu keberhasilan transaksi dagang yang akan lakukan nanti.

Setelah menerima pengarahan dari Bapak Gunawan, selama beberapa hari kerja, terus mengunjungi bagian *purchasing* untuk mencari berbagai macam informasi yang dibutuhkan sudah menjadi suatu kebiasaan, mulai dari sejarah pembelian produk, harga pembelian produk terakhir, spesifikasi mesin baru yang diinginkan nanti dan sebagainya yang sekiranya akan dibutuhkan dalam proses transaksi nanti. Dari dalam diri sendiri, tentunya juga berusaha untuk terus memperkaya diri dengan kosakata komunikasi bisnis bahasa China yang sekiranya nanti akan digunakan dalam proses transaksi.

Setelah informasi mengenai produk yang akan dibeli nanti dikira sudah cukup, kemudian *email* mulai dikirimkan kepada perusahaan-perusahaan di China. Ketiga perusahaan ini adalah rekomendasi dari bagian *purchasing*, yang salah satunya merupakan perusahaan yang sudah pernah melakukan hubungan dagang dengan PT Karisma Jaya dan dua yang lain merupakan perusahaan baru

yang sama sekali belum pernah mengadakan kerja sama dengan PT Karisma Jaya. Perusahaan-perusahaan tersebut adalah *Beijing Int Plastics Machinery General Factory*, *Wuhan Changxin Plastic Machinery Co.Ltd.*, dan *Zhejiang Shuanglin Plastic Machinery Co.Ltd.* Kegiatan pada hari-hari selanjutnya, dihabiskan dengan berkomunikasi dan menunggu jawaban dari pihak China serta melaporkan hasil negosiasi kepada bagian *purchasing*. Bagian *purchasing* akan memberikan masukan dan arahan terus setiap kali hasil negosiasi dilaporkan. Terkadang Direktur Utama juga datang memantau hasil pekerjaan dan menanyakan perkembangan transaksi yang dilakukan.

Selama melakukan Praktik Kerja Lapangan, penulis juga diberi kesempatan untuk mengikuti rapat mingguan yang diadakan setiap akhir minggu, yaitu pada hari Sabtu. Ini dilakukan untuk mengevaluasi hasil pekerjaan selama seminggu dan mempersiapkan modul kerja untuk minggu berikutnya. Dalam rapat ini, semua departemen dapat melaporkan segala hal yang sekiranya perlu dibahas bersama atau mencari solusi dari suatu masalah yang muncul. Kendala dan kesulitan selama proses transaksi juga dapat dikemukakan di sini untuk kemudian secara bersama-sama dicarikan solusi yang terbaik.

Tabel 3.1: Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Tanggal	Kegiatan
13 Februari 2012	Melapor ke Departemen Personalia, berkeliling di area perusahaan, berkenalan dengan staf-staf kantor.
14 Februari 2012	Menerima pengarahan dari Direktur Utama, menerima deskripsi kerja.

15 Februari 2012	Mencari berbagai informasi tentang sejarah dan spesifikasi dari produk yang akan dibeli ke bagian <i>purchasing</i> .
17 Februari 2012	Menerima rekomendasi perusahaan China yang akan diajak bernegosiasi dari bagian <i>purchasing</i> . Mengirimkan <i>email</i> kepada perusahaan tersebut.
20 Februari 2012	Menerima balasan dari Mr.Luo. Membuat janji untuk mendiskusikan masalah bisnis.
21 Februari 2012	Pembicaraan pertama dengan Mr.Luo mengenai masalah jenis dan spesifikasi mesin daur ulang limbah plastik.
23 Februari 2012	Pembicaraan kedua dengan Mr.Luo mengenai masalah harga.
24 Februari 2012	Menerima rekomendasi 2 perusahaan dari bagian <i>purchasing</i> . Mengirimkan <i>email</i> kepada kedua perusahaan tersebut.
27 Februari 2012	Menerima balasan dari Mr.Hou. Membuat janji untuk mendiskusikan masalah bisnis. Tinjauan ke pabrik, salah satu mesin pengolah limbah rusak. Memeriksa sejarah pembelian dan garansi mesin.
28 Februari 2012	Menerima balasan dari Mr.Song. Membuat janji untuk mendiskusikan masalah bisnis. Pembicaraan ketiga dengan Mr.Luo mengenai masalah harga dan garansi mesin.
29 Februari 2012	Pembicaraan pertama dengan Mr.Hou mengenai jenis dan spesifikasi mesin. Menanyakan soal garansi atas mesin yang rusak yang ternyata dibeli dari perusahaannya.
1 Maret 2012	Pembicaraan pertama dengan Mr.Song mengenai masalah jenis dan spesifikasi serta harga mesin. Menerima <i>email</i> dari Mr. Hou.
2 Maret 2012	Menerima <i>email</i> dari Mr.Luo mengenai masalah pengangkutan dan asuransi. Mengirimkan <i>email</i> balasan dan janji diskusi. Pembicaraan kedua dengan Mr.Hou mengenai masalah harga dan garansi mesin.
5 Maret 2012	Pembicaraan kelima dengan Mr.Luo mengenai kesepakatan untuk membeli mesin dan meminta bantuan untuk mencari suku cadang. Serta membicarakan masalah pembayaran.
7 Maret 2012	Menerima <i>email</i> dari Mr.Luo mengenai perjanjian kontrak yang akan dibuat.
12 Maret 2012	Pembicaraan ketujuh dengan Mr.Luo. Pemantapan dan menanyakan kapan mesin dapat dikirim. Membangun relasi yang baik dengan perusahaannya.
13 Maret 2012	Melaporkan hasil transaksi kepada bagian <i>purchasing</i> .
16 Maret 2012	Menyusun dan mempersiapkan segala hasil negosiasi untuk dikembalikan dan dilaporkan kepada Direktur Utama.
17 Maret 2012	Penyerahan kembali tugas, berpamitan dan mengucapkan terimakasih.

D. Pembahasan

1. Menggunakan Bahasa China untuk Komunikasi Bisnis dalam Transaksi

Pembelian Barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo

Dalam melaksanakan transaksi dagang, dalam hal ini dengan pihak China, seorang tenaga kerja harus mampu menguasai komunikasi bisnis dengan baik, karena peran tenaga kerja tidak hanya menyangkut transaksi dagang yang harus dilakukan, tetapi, ia juga harus dapat mempertanggungjawabkan dan melaporkan tindakan yang dilakukannya kepada perusahaan. Komunikasi bisnis dikatakan berhasil apabila suatu proses transaksi dagang itu menghasilkan hasil berupa kesepakatan antar kedua belah pihak atas sesuatu yang ditransaksikan. Untuk itu, ada 2 faktor utama dalam komunikasi bisnis yang perlu diperhatikan yaitu faktor bahasa dan faktor psikologi.

1.1. Bahasa

Menurut jenisnya, bahasa dibedakan menjadi bermacam-macam. Ada bahasa formal dan bahasa tidak formal. Dalam melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Karisma Jaya, bahasa yang penulis gunakan untuk bertransaksi adalah bahasa semi formal. Ini dikarenakan karena media yang penulis gunakan adalah media untuk berkomunikasi secara oral, tetapi mengingat pembicaraan yang dilakukan masih dalam konteks bisnis, maka bahasa yang digunakan semaksimal mungkin harus menggunakan bahasa formal. Bahasa tak formal yang dapat ditemukan dalam transaksi dagang ini antara lain dalam penggunaan partikel dan huruf tawa.

Contohnya :

- a. 嘿嘿。我知道我可以相信你。谢谢罗先生的很大帮助。

Hehe. Saya tahu saya dapat mempercayai Anda. Terimakasih atas bantuan Mr.Luo yang sangat banyak ini.

- b. ‘将’ 》 ‘讲’ ，看我打错字了。哈哈。

千万别因为我打错字误导了你。

“Jiang” seharusnya adalah “berbicara”, saya sudah salah ketik. **Haha.** Jangan sampai dikarenakan saya salah ketik lalu membuat Anda bingung.

- c. 哦，现在我明白了。.....

Oh, sekarang saya mengerti.

- d. 哇。真好。

Wah, sangat bagus.

- e. 当然喽，我保证你们会喜欢我们的这台机器。好的，马上给你们

看。希望能赶快听到你的消息。

Tentu saja **lah,** Saya jamin kalian hampir pasti menyukai mesin ini.

Baiklah, saya segera akan memperlihatkannya kepada kalian. Saya berharap dapat secepatnya mendengar kabar dari Anda.

- f. 好的。谢谢。时间不早了。暂时谈到这儿吧。

Baiklah, terimakasih. Waktu sudah larut. Pembicaraan kita sementara sampai di sini dulu **lah.**

Selain penggunaan partikel dan huruf tawa, seperti yang kita ketahui, setiap ‘ladang’ profesi memiliki gaya berbicara mereka sendiri-sendiri, dokter dengan gaya berbicara medis mereka, politikus dengan gaya berbicara politis mereka, dan sebagainya. Tak terkecuali dalam komunikasi bisnis, gaya bahasa yang kita gunakan akan berbeda dengan gaya berbicara kita sehari-hari. Bahasa komunikasi bisnis mengenal adanya gaya bicara santun dan gaya pembicaraan yang bersifat bujukan.

Contohnya :

- a. 罗先生太过奖了。我可不敢当。

Mr.Luo terlalu memuji. Saya tidak berani menerimanya.

- b. 好的。谢谢罗先生的关心。如果罗先生感到方便的话，我想现在讨论一下机器的问题。

Baik. Terimakasih atas perhatian Mr.Luo. Jika Mr.Luo merasa leluasa, sekarang saya ingin berdiskusi sebentar mengenai masalah mesin.

- c. 张小姐，上午好！ 我叫 Rojinke罗，是公司的营销部负责人的。

认识你很高兴。

Selamat siang, Nona Zhang! Nama saya Rojinke Luo, saya dari bagian pemasaran perusahaan. Senang berkenalan dengan Anda.

- d. 认识罗先生我也很高兴。我是刚刚来到本公司当翻译的，汉语还不够好，有写错或说错的话，请罗先生多指教。

Saya juga sangat senang dapat berkenalan dengan Mr.Luo. Saya adalah penerjemah yang baru datang, Bahasa China saya masih belum cukup baik, jika ada salah tulis atau salah bicara, mohon bimbingan dari Mr.Luo.

- e. 谢谢罗先生的支持。价格似乎合理但要是还能再低一些我们肯定很高兴。

Terimakasih atas kebijaksanaan Mr.Luo. Harganya memang sepertinya masuk akal, akan tetapi jika harganya dapat turun sedikit lagi, kami pasti akan sangat senang.

- f. 罗先生这样说，我觉得安心多了。这次我第一次帮助公司做个合作。希望会给公司最好的合作。

Jika Mr.Luo bilang begini, saya merasa lega. Ini adalah pertama kalinya saya membantu perusahaan untuk melakukan kerjasama. Saya berharap dapat memberikan kerjasama yang terbaik bagi perusahaan.

- g. 有这么懂事的罗先生，以后本公司有什么机器的问题的话可以向贵公司联系啦。

Ada Mr.Luo yang sangat pengertian begini, jika perusahaan kami esok ada masalah tentang mesin pasti akan menghubungi Mr.Luo lagi.

- h. 今天跟你说话至感荣幸。

Hari ini dapat berbincang dengan Anda adalah suatu kehormatan bagi saya.

- i. 当然喽，我保证你们会喜欢我们的这台机器。

Tentu saja, saya jamin kalian akan menyukai mesin ini.

1.2.Psikologi

Untuk menciptakan suasana yang kondusif dan nyaman, kita harus mengerti dasar psikologi lawan bicara kita. Dasar psikologi primer dapat kita lihat dari umur, jenis kelamin. Sedangkan dasar psikologi sekunder dapat kita lihat dari gaya bicara, gerak gerik, mimik muka, kebiasaan lawan bicara kita. Dalam konteks Praktik Kerja Lapangan yang penulis lakukan, penulis tidak bertatap muka langsung dengan lawan bicara, maka untuk mengetahui karakter sekunder lawan bicara, penulis hanya dapat dengan mengamati cara berbicara dan *attitude*/sikap yang terlihat kentara dari mereka.

Contoh :

- a. Mengetahui orang yang aktif dan pasif.

Contoh dialognya adalah :

1. Mr.Luo :

“这些报价比任何地方更低得多。当你在考虑对比价格时，首先必须把一切都要考虑进去。比如说：残损的、安全保险的等。我们的价格几乎少于竞争对手30%。”

“Harga yang kami berikan dibandingkan harga di tempat lain lebih murah banyak. Sebelum Anda membandingkan harga yang kami tawarkan, pertama-tama Anda juga harus memikirkannya secara keseluruhan. Contohnya: kerusakan, jaminan keselamatan dan

lain-lain. Harga kami dibandingkan kompetitor yang lain sudah lebih rendah 30%”.

2. Mr.Luo :

“我明白，请相信我，我们肯定会给你们最好的合作。好吧，我们既然是合作伙伴，我也拿你当朋友，我帮你想我们公司的经理说说。希望他愿意把价格再低一些。”

“Saya mengerti, percayalah kepada saya, kami pasti memberikan kepada Anda kontrak kerjasama yang terbaik. Baiklah, semenjak kita menjadi rekan kerja, saya juga menganggap Anda sebagai teman, saya akan membantu Anda untuk berbicara kepada manajer saya.

3. Dari email yang dikirimkan Mr.Luo untuk penulis.

张小姐，您好！

我上次跟你讨论的时候，忘了不告诉你关于运费和保险。我们给你的价格也包括了运费和保险的费用。我们公司负担保险以及所有到印尼港口的费用了。到了印尼港口的时候，我们不负担了，给你们全部的责任。

Nona Zhang, apa kabar!

Pada waktu yang lalu saya berdiskusi dengan Anda, saya lupa mengatakan kepada Anda mengenai masalah pengangkutan dan asuransi. Harga yang kami berikan untuk Anda sudah termasuk biaya pengangkutan dan asuransi. Perusahaan kami akan menanggung biaya asuransi beserta segala biaya sampai di pelabuhan Indonesia. Setelah sampai di pelabuhan Indonesia, kami tidak menunggunya lagi, semuanya tanggung jawab kami serahkan kepada pihak Anda.

4. Percakapan saya dengan Mr.Hou

Saya : 侯先生能不能告诉我们有关你们售后服务的情况？

Mr.Hou: 基本上跟以前的一样。一年的保证，
包括换零件和保养。

Saya : 关于运费呢？谁方负担运费？

Mr.Hou: 那是属于买方的责任，
我们仅承担提供所有文件的费用。

Saya : Apakah Mr.Hou dapat menjelaskan kepada kami pelayanan yang diberikan perusahaan setelah kami membeli barang ini?

Mr.Hou: Pada dasarnya sama dengan yang dulu.
Garansi 1 tahun, termasuk penggantian suku cadang dan perawatan mesin.

Saya : Kalau mengenai pengangkutan? Pihak mana yang akan menanggung biaya pengangkutannya?

Mr.Hou: Itu adalah tanggung jawab pembeli, kami hanya menanggung semua biaya dokumen-dokumen saja.

Dari beberapa dialog di atas, dapat diketahui bahwa Mr.Luo adalah orang yang lebih aktif daripada Mr.Hou. Saat menjelaskan harga mesin miliknya, ia dapat menjelaskan dengan serinci mungkin bagaimana harga itu terbentuk. Ia juga dapat meyakinkan pembeli untuk membangun saling kepercayaan di antara kedua belah pihak. Bahkan ia secara inisiatif dapat menjelas tentang masalah pengangkutan dan asuransi barang tanpa diminta. Pada dialog dengan Mr.Hou, jawaban yang diberikan Mr.Hou terkesan terlalu pendek dan belum memuat keseluruhan dari yang ditanyakan pembeli sehingga pembeli harus bertanya beberapa kali. Di sini terlihat bahwa Mr.Luo adalah orang yang lebih aktif dari Mr.Hou.

b. Mengetahui orang yang kooperatif dan tidak kooperatif.

Contoh dialognya adalah :

1. Percakapan penulis dengan Mr.Luo.

Saya : 那让我们来讨论一下价格吧。
我们认为贵公司给我们的价格太高了。

我们希望报价可以再低一些。

Mr.Luo : 是吗? 我们给的是低价。

Saya : 但是原料的价格随时都在变化,
恐怕生产不能覆盖生产费用。

Mr.Luo : 好的, 我给你10%的折扣。

10%的折扣是我权限内所能给你的。

我真的无法提供超过10%的折扣。

Saya : Kalau begitu kita diskusi harga saja.
Saya merasa harga yang ditawarkan perusahaan Anda
sangat tinggi. Saya berharap harganya dapat turun
sedikit.

Mr.Luo : Benarkah?

Kami sudah memberi Anda harga yang paling rendah.

Saya : Tetapi harga bahan baku kami berubah terus setiap
waktu,
menutup
takutnya hasil produksi kami malah tidak mampu
biaya produksi.

Mr.Luo : Baiklah. Saya beri Anda diskon 10%.

Diskon 10% ini adalah maksimal diskon di dalam
kewenangan saya yang dapat saya berikan untuk Anda.
Saya benar-benar tidak dapat memberikan diskon
lebih dari ini.

2. Percakapan penulis dengan Mr.Song.

Saya : 价格能不能再低一些?

你们提供我们的这台废塑料回收机械报价是
26000元, 对吗?

如果你能以每台22500元的价格卖给我们,
我们将不胜感激。

Mr.Song: 我们无法在这种价格销售。我们从来也不讲价。
万万不可再少。

Saya : 好吧, 价格似乎合理,
但我们希望贵公司能给我猛一点的打折率。
不然, 恐怕我不能同意您出的价格。

Mr.Song: 这个很难。我们向你们报最优惠价,

按此价我们与其他客户做了批生意。
且鉴于产品的优良质量，我们的价格是非常合理。
机器将用最好的材料生产，
合同的规定也将得以严格履行。

Saya : Harganya bisakah turun sedikit lagi?
Untuk mesin daur ulang limbah plastik ini perusahaan
Anda memberikan kami harga 26000Yuan bukan?
Jika Anda dapat memberikan harga kepada kami
22500Yuan per unitnya, kami akan sangat
berterimakasih.

Mr.Song : Kami tidak bisa menjual di harga itu.
Sejak dulu kami tidak pernah tawar menawar harga.
Harganya benar-benar tidak dapat turun lagi.

Saya : Baiklah, harga per unitnya tampaknya masuk akal,
tetapi kami berharap perusahaan Anda dapat
memberikan
kami diskon yang sesuai. Jika tidak, takutnya kami
tidak dapat menyetujui harga yang Anda ajukan.

Mr.Song : Ini sangat sulit. Kami telah menawarkan harga terbaik
kami
kepada perusahaan Anda, di harga ini kami telah
membuat
banyak bisnis dengan perusahaan yang lain.
Dan mengingat kualitas tinggi yang kami punya,
harga dari kami ini sangatlah masuk akal.
Mesin kami dibuat dari material yang terbaik,
oleh karenanya ketentuan kontrak akan lebih ketat.

3. Percakapan penulis dengan Mr.Luo.

Saya : 可能也是啊。
对了，罗先生能否告诉我将采用那种付款方式？
不好意思，我们必须强调这些付款条件
对我们公司很重要。
我非常想了解有关贵国对贸易的政策。
何况这是我们公司的第一次合作。

Mr.Luo : 我们的对外贸易政策一向是以平等互利，
互通有关为基础的。
我们在具体操作方法上灵活多了。

那张小姐的公司一般都用什么方式可以跟我说说。

Saya : Bisa jadi. Oh ya, Mr.Luo apakah bisa menjelaskan kepada saya sistem pembayaran apa yang biasa dilakukan oleh perusahaan Anda? Maaf, saya harus sedikit menekan tentang cara pembayaran ini, karena cara pembayaran ini sangat penting bagi perusahaan kami. Saya sangat ingin mengetahui tentang kebijakan perdagangan negara Anda.

Apalagi, ini adalah kerjasama pertama perusahaan kita.

Mr.Luo : Kebijakan perdagangan luar negeri kami telah didasarkan pada kesetaraan dan prinsip saling menguntungkan, di dasarkan pada pertukaran yang relevan. Kami mengadopsi banyak metode yang fleksibel di setiap transaksi dagang kami. Perusahaan nona Zhang biasanya menggunakan sistem pembayaran apa bisa dikatakan kepada saya.

Dari beberapa dialog di atas dapat dilihat, dalam setiap tahap transaksi bisnis, Mr.Luo selalu melibatkan pihak lawan untuk berdiskusi, baik dalam masalah harga, kontrak dan lain-lain. Ia juga bersedia menerima kritik dan saran. Sedangkan Mr.Song, kepada calon pembeli ia tidak menawarkan negosiasi yang baik, hal ini dapat membuat pembeli merasa kecewa. Di sini dapat dilihat Mr.Luo adalah orang yang lebih kooperatif daripada Mr.Song.

c. Mengetahui orang yang santai dan terburu-buru.

Contoh dialognya adalah :

1. Percakapan penulis dengan Mr.Luo.

Saya :
我也很高兴跟你聊天。罗先生，我无法现在做决定。

那等我把这件转告经理就再告诉你结果。怎么样？

Mr.Luo: 好的，等你的好消息。

同时我们也有测试结果，我们相信你们有兴趣看的。

我会发给你这个测试结果。

Saya : 好的。谢谢。

Saya : Saya juga sangat senang dapat berbincang dengan Anda. Mr.Luo, saat ini saya belum bisa memutuskan. Tunggulah sampai saya menyampaikan ini kepada manajer saya, baru saya kabari Anda lagi. Bagaimana?

Mr.Luo: Baiklah. Saya tunggu kabar dari Anda. Saya juga akan mengirimkan kepada Anda hasil tes dari mesin kami, saya percaya perusahaan Anda akan tertarik untuk melihatnya.

2. Percakapan penulis dengan Mr.Hou.

Mr.Hou: 呵呵。是啊

我们现在可以先草拟一具临时合同吗？

Saya : 别着急。我现在还不能马上说定。

请让我先向经理报告，过几天再给你答复。

Mr.Hou: 可以请你在下个星期以前回复吗？

Mr.Hou : Hehe. Benar

Apakah sekarang kita dapat menyusun kontrak sementara?

Saya : Jangan terburu-buru.

Sekarang saya belum dapat memutuskan.

Saya akan melapor kepada manajer saya terlebih dulu, beberapa hari kemudian saya akan mengabari Anda lagi.

Mr.Hou : Bisakah Anda memberi kabar kepada saya sebelum minggu depan?

3. Percakapan penulis dengan Mr.Song.

Saya : 我们看到了一些，可有些地方还不大清楚。

我们先可以看到你们机MHZ-65器型的详细规格吗？

因为网上的信息不大多。

Mr.Song: 是吗？这样会耗费很多时间。

明天我叫信息技术部门更新信息。

明天我会发给你那台机器的详细规格。

我是个不喜欢半途而废做事，现在我们先讨论价格

好吗？关于价格你有什么问题吗？

Saya : Kami sudah melihat beberapa, tetapi di beberapa sisi masih belum terlalu jelas. Apakah kami bisa melihat terlebih dahulu spesifikasi yang lebih detail dari mesin MHZ-65? Karena informasi di internet tidak begitu lengkap.

Mr.Song : Benarkah? Kalau begini bisa memakan banyak waktu. Besok saya akan meminta bagian teknologi informasi untuk memperbaharui informasi lagi. Besok saya akan mengirimkan kepada kalian spesifikasi yang detail dari mesin itu. Saya adalah orang yang tidak suka mengerjakan pekerjaan setengah-setengah, sekarang bisakah kita berdiskusi tentang harga? Mengenai harga yang kami ajukan, adakah masalah yang ingin ditanyakan?

Dari beberapa dialog di atas, dapat dilihat cara kerja dari klien mana yang lebih santai dan mana yang lebih terburu-buru. Mr.Luo memberi waktu kepada pembeli untuk berpikir lagi, sambil terus mengutarakan apa yang jadi kelebihan dari produknya. Pada Mr.Hou, sebelum semua tahap terselesaikan, ia selalu tidak sabar menanyakan kapan kontrak akan dibuat. Sedangkan pada Mr.Song, ia bahkan tidak memberikan calon pembeli kesempatan untuk melihat terlebih dahulu spesifikasi barang dengan lebih detail. Pada Mr.Luo, Penulis dapat menyimpulkan bahwa kerja sama yang ingin ia bangun adalah kerja sama yang berorientasi pada keuntungan dan kepuasan kedua belah pihak sedangkan pada Mr.Hou dan Mr.Song, Penulis dapat menyimpulkan

commit to user

bahwa kerja sama yang mereka bangun lebih berorientasi pada tujuan akhir, yang penting barang terbeli.

2. Faktor yang Mempengaruhi Kelancaran Suatu Komunikasi Bisnis dalam Transaksi Pembelian Barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo

Selama penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Karisma Jaya, didapatkanlah 2 faktor utama di dalam komunikasi bisnis berbahasa China yang mempengaruhi kelancaran suatu transaksi dagang. Kedua faktor itu adalah faktor bahasa dan faktor psikologi.

2.1. Bahasa dalam ketatabahasaan

Faktor bahasa yang mempengaruhi proses transaksi dagang adalah

:

a. Pemahaman spesialisasi kosakata yang kurang.

Faktor ini meliputi penguasaan kosakata penulis mengenai kosakata dalam komunikasi bisnis.

Contoh : 详细规格、销售、竞争力、操作、保证、合同、

维修、装船、付款、生产、外贸易政策、推荐。

Spesifikasi detail, penjualan, daya saing, pengoperasian, kontrak, perbaikan, pengepakan di kapal, ketentuan, produksi, kebijakan perdagangan luar negeri, promosi.

b. Penggunaan kalimat yang terlalu panjang.

Faktor ini meliputi pemahaman penulis mengenai kalimat yang penulisannya terlalu panjang.

Contoh :

好的。首先我将简略说明我们回收废塑料机械的特性。我们这里有三种你需要的机器。这些是我们公司最近开发的产品。都使用新系统创造的，所以很实用，操作简便的。如果你找的是回收废塑料机械，我强力推荐这些机器。

Baiklah. Pertama-tama saya akan menjelaskan secara singkat karakteristik dari mesin daur ulang limbah plastik kami. Di sini kami memiliki 3 jenis mesin yang Anda butuhkan. Ke semuanya ini adalah mesin-mesin yang baru-baru ini dikembangkan oleh perusahaan kami. Semuanya dibuat dengan menggunakan sistem yang terbaru, jadi penggunaannya sangat praktis, pengoperasiannya pun mudah. Jika yang Anda cari adalah mesin daur ulang limbah plastik, saya sangat merekomendasikan mesin ini.

c. Penggunaan kalimat ambigu.

Faktor ini meliputi pemahaman penulis mengenai kalimat yang maknanya ganda atau maknanya bias/samar.

Contoh :

c.1. 抱佛脚 *commit to user*

Memeluk kaki Budha.

c.2. 这件事你也要告诉我 好的。

Masalah begini harus dikatakan pada saya baiklah.

c.3. 呵呵。是啊 我们现在可以先草拟一具临时合同吗？

Hehe. Benar Apakah sekarang kita dapat membuat kontrak sementara?

d. Penggunaan kalimat dengan tata bahasa yang tidak lengkap.

Faktor ini meliputi pemahaman penulis mengenai suatu kalimat yang ditulis tidak berdasarkan pada tata bahasa yang lengkap.

Contoh :

d.1. 特别是印尼，是世界最多的国家了吧。

Khususnya Indonesia, adalah negara yang paling banyak sedunia.

d.2. 那再复习一遍认识吧。

Kalau begitu belajarliah perkenalan satu kali lagi.

d.3. 你现在大几了？

Sekarang sudah berapa besar?

e. Penggunaan peribahasa

Faktor ini meliputi penguasaan penulis mengenai peribahasa dalam Bahasa China. Metode penulisan dengan peribahasa menduduki tingkat yang cukup tinggi dalam struktur tata bahasa China. Orang

yang dianggap memiliki pengetahuan bahasa yang tinggi baru dapat menggunakan metode peribahasa ini.

Contoh : 左思右想、壮观非凡、天南地北、同舟共济、

多劳多得、不劳而获、携手共进、毫无疑问、

可喜可贺、毛手毛脚、怡情养性、半途而废、

瞬息万变、时时刻刻、自由自在、非同凡响。

2.2. Bahasa sebagai bentuk pelayanan

Bahasa sebagai bentuk pelayanan maksudnya adalah bahasa di dalam suatu kalimat harus mengandung suatu makna yang dapat membuat pihak pendengar menjadi tersanjung atau menyanjung orang lain atau untuk mewakili perasaan terimakasih atas bantuan yang diberikan pihak lain.

Contoh :

1. Percakapan penulis dengan Mr.Luo.

Saya : 哦。对对。前几天我们的公司有点问题。
我们的一台回收废塑料机械突然坏了。
那台也是从其他中国的公司买到的。

所以我这几天忙着找旧的文件，给那家公司联系

。

可没有什么结果。

Mr.Luo : 有什么事需要我的帮忙吗？

Saya : 我想罗先生帮我们找一个零件。

commit to user

在印尼没有什么店销售这个零件。

不知道罗先生可不可以帮忙。

Mr.Luo : 那你发给我你需要的什么零件 ,

要是我可以做到我一定帮助你。

Saya : Oh. Benar-benar. Dua hari yang lalu perusahaan kami

ada sedikit masalah. Salah satu mesin daur ulang di perusahaan kami tiba-tiba rusak, mesin itu kami beli dari perusahaan lain.

Jadi beberapa hari ini saya sibuk mencari *file* lama, kemudian menghubungi perusahaan tersebut, tetapi tetap tidak ada hasil yang memuaskan.

Mr.Luo : Apakah ada sesuatu yang bisa saya bantu?

Saya : Saya ingin Mr.Luo membantu kami mencari

sebuah

suku cadang. Saya tidak dapat menemukannya di toko-toko di Indonesia.

Tidak tahu Mr.Luo bisa membantu atau tidak.

2. Percakapan penulis dengan Mr.Hou.

Saya : 我们的那台机器 , 前天突然将无法运行。

我们的维修人员无法维修了 , 说是得换一些零件

可我们找了也没找到我们需要的零件。

不知道贵公司能不能帮助我们解决这个问题。

Mr.Hou : 请让我查看你们公司的购买历史。

Saya :

好的。侯先生能不能帮助我们想办法把零件寄过

来

或让你们的维修人员来到这里维修维修 ?

Mr.Hou : 这有点儿难。尽管我们很想这样做 ,

但恐怕不行了。你们的保证期限原来已经结束了

。

Saya : 侯先生提供的保证是不是永久的保证 ?

Mr.Hou : 从长远来说并不是这样。

我们的保证的确是包括换零件和保养。

可是都得在一年里适用的。

Saya : Mesin kami itu, 2 hari yang lalu tiba-tiba tidak dapat beroperasi. Teknisi kami juga tidak dapat memperbaikinya , katanya harus mengganti beberapa suku cadang. Orang kami sudah mencari di beberapa tempat juga tidak dapat menemukan suku cadang ini.

Tidak tahu apakah perusahaan Anda dapat membantu kami memecahkan masalah ini.

Mr.Hou : Saya lihat sebentar sejarah pembelian perusahaan Anda.

Saya : Baik. Apakah Mr.Hou dapat membantu kami bagaimana mengirim suku cadang itu kemari atau mengirimkan teknisi Anda kemari untuk memperbaiki mesin kami?

Mr.Hou : Ini sedikit sulit. Meskipun saya ingin begitu, takutnya tidak bisa. Garansi mesin Anda ternyata sudah tidak berlaku.

Saya : Garansi yang Mr.Hou berikan bukankah garansi untuk seumur hidup?

Mr.Hou : Sejak dulu sampai sekarang tidak pernah begitu. Garansi kami memang mencakup penggantian suku cadang dan perawatan mesin. Tetapi semuanya hanya berlaku untuk 1 tahun.

3. Percakapan penulis dengan Mr.Luo

Mr.Luo : 哈哈。先谢谢贵公司。我希望这次交易将使我们的贸易得进一步发展。

Saya : 当然。希望我们之间的贸易进一步发展

Mr.Luo : Haha. Terimakasih sebelumnya. Saya berharap kerjasama kali ini dapat menuntun kita untuk melakukan kerjasama-kerjasama lainnya di masa depan. *commit to user*

Saya : Tentu saja. Saya berharap kerjasama di antara

perusahaan kita dapat selangkah lebih maju lagi.

Pada dialog pertama, penulis meminta bantuan kepada Mr.Luo untuk mencarikan sebuah suku cadang, Mr.Luo menyetujui untuk membantu penulis. Berbeda dengan Mr.Hou dalam dialog kedua, walaupun notabene mesin kami yang membutuhkan suku cadang itu dibeli dari perusahaan miliknya bekerja, tapi setelah garansi habis, perusahaannya tidak mampu memberikan solusi atau penyelesaian yang baik bagi perusahaan kami. Dengan adanya pelayanan, kerjasama dan persahabatan yang baik di antara kedua perusahaan ini sehingga diharapkan hubungan kedua perusahaan dapat terjalin baik dalam waktu yang lama, seperti di dialog ketiga.

2.3.Psikologi rekan bisnis

Faktor psikologi yang mempengaruhi proses transaksi dagang adalah :

a. Usia

Usia merupakan faktor mutlak yang mempengaruhi psikologi seseorang. Karena faktor usia adalah faktor yang tak bisa dirubah. Bagaimana kita berperilaku dengan orang yang usianya lebih tua dari kita akan berbeda dengan orang yang usianya lebih muda atau sama dengan kita.

Pada Praktik Kerja Lapangan kali ini, penulis berhadapan dengan 3 klien. Mr. Luo berumur 26 tahun, Mr.Hou berumur 27 tahun, dan Mr.Song yang berumur 34 tahun.

b. Jenis kelamin

Sama dengan faktor usia, faktor jenis kelamin juga merupakan faktor psikologi yang mutlak. Bagaimana kita berbicara dan berinteraksi dengan sesama jenis akan berbeda saat kita berinteraksi dengan yang berbeda jenis.

Pada Praktik Kerja Lapangan kali ini, penulis berhadapan dengan 3 klien yang kebetulan semua wakilnya adalah laki-laki.

c. Watak

Dari keseluruhan faktor psikologi, faktor watak adalah faktor yang paling sukar karena faktor ini bersifat relatif. Bagaimana analisis kita terhadap seseorang, mungkin berbeda dengan analisis oranglain terhadap orang itu.

Pada Praktik Kerja Lapangan kali ini penulis dapat menyimpulkan watak yang kentara dari ketiga klien, antara lain: Mr. Luo lebih kooperatif, terbuka, supel, pengertian, dan ramah. Mr.Hou lebih pasif, tertutup, tidak peka. Mr.Song lebih terbuka, spontan, dan tidak sabar.

3. Kendala yang dihadapi dalam Komunikasi Bisnis di PT Karisma Jaya Sukoharjo dan Solusinya

commit to user

Kendala-kendala yang dihadapi penulis sewaktu menjalankan Praktik Kerja Lapangan di PT Karisma Jaya adalah sebagai berikut :

3.1. Bahasa

Seperti kata pepatah kuno, “Jika ingin mengenal dan memiliki hubungan yang lebih jauh dengan seseorang, pertama-tama pahami dahulu bahasanya”. Di sini terlihat pentingnya bahasa sebagai alat utama untuk berkomunikasi dan berinteraksi.

Berikut adalah masalah dalam faktor bahasa yang Penulis temukan sewaktu menjalankan Praktik Kerja Lapangan di PT Karisma Jaya.

a. Penguasaan kosakata yang kurang

Masalah penguasaan kosakata yang kurang ini bisa disebabkan karena kosakata belum pernah dipelajari atau kosakata yang dipakai dalam pembicaraan terlalu terspesialisasi sehingga terkadang hanya orang yang berada dalam bidangnya saja yang baru mengerti arti kata yang dimaksud.

Contoh :

系统、畅销、权限内、残损、优先事项、运费、灵活

、

正宗的合同正本、零件、挑剔、保证期限、最优惠价

。

commit to user

Sistem, penjualan, dalam kewenangan, rusak, prioritas, pengangkutan, fleksibel, kontrak asli, suku cadang, memperhatikan, periode garansi, harga istimewa.

Solusi : banyak membaca dan menghafal kosakata tentang dagang,

banyak berbincang dan bertukar pikiran dengan teman di China, banyak melihat berita berbahasa China.

b. Kalimat yang terlalu panjang

Masalah kalimat yang terlalu panjang ini bisa disebabkan karena si penulis kalimat ingin menjelaskan sesuatu perihal secara lebih jelas sehingga membutuhkan lebih banyak kata untuk diungkapkan.

Contoh :

好的。首先我将简略说明我们机器的特性。

我们这里有三种你需要的机器。

这些是我们公司最近开发的产品。

都使用新系统创造的，所以很实用，操作简便的。

如果你找的是回收废塑料机械，我强力推荐这些机器。

Baiklah. Pertama-tama saya akan menjelaskan secara singkat karakteristik dari mesin kami.

Di sini kami memiliki 3 jenis mesin yang Anda butuhkan.

Ini semua adalah mesin-mesin yang baru-baru ini dikembangkan oleh perusahaan kami.

Semuanya dibuat dengan menggunakan sistem yang terbaru, jadi penggunaannya sangat praktis, pengoperasiannya pun mudah.

Jika yang Anda cari adalah mesin daur ulang limbah plastik, saya sangat merekomendasikan mesin ini.

Solusi : setiap bertemu dengan kalimat yang lebih dari 1 baris,

usahakan untuk memilah-milah kalimat tersebut menjadi beberapa

bagian sesuai dengan pemenggalan yang tepat menurut tanda baca titik

atau koma seperti contoh di atas, lalu baru menterjemahkannya

commit to user

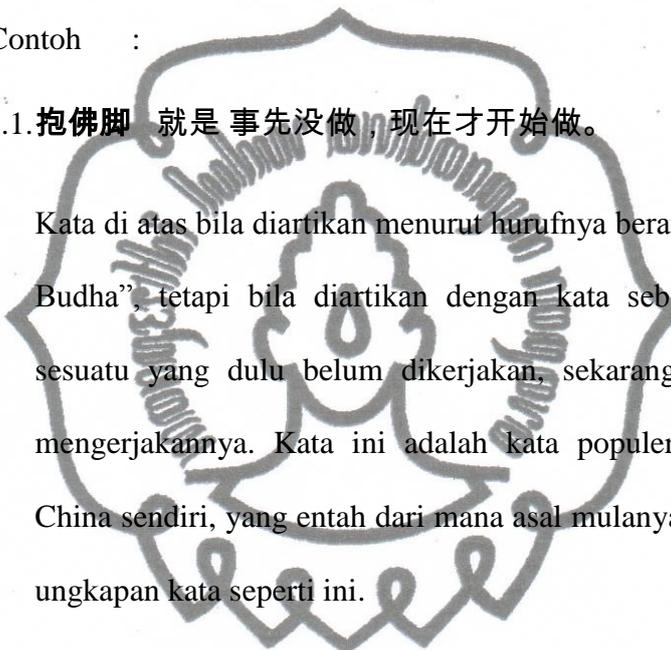
perbagian dan menggabungkannya lagi sebagai kalimat yang utuh.

c. Kalimat ambigu

Masalah dalam kalimat ambigu ini biasa disebabkan oleh tidak dibubuhkannya tanda baca yang sesuai atau sama sekali tidak ada tanda bacanya atau bisa disebabkan karena pemenggalan kata yang tidak benar.

Contoh :

c.1.抱佛脚 就是 事先没做，现在才开始做。



Kata di atas bila diartikan menurut hurufnya berarti “memeluk kaki Budha”, tetapi bila diartikan dengan kata sebenarnya berarti “sesuatu yang dulu belum dikerjakan, sekarang aru akan mulai mengerjakannya. Kata ini adalah kata populer di antara orang China sendiri, yang entah dari mana asal mulanya lalu bisa muncul ungkapan kata seperti ini.

c.2.这件事你也要告诉我 好的。

Kalimat ini memiliki 2 arti, arti yang pertama, “Masalah begini harus Anda katakan ke saya?”, sedangkan arti yang kedua, “Masalah begini harus Anda katakan ke saya.” Arti kalimat yang pertama mengandung maksud penolakan, sedangkan arti kalimat yang kedua mengandung maksud menyarankan/mensugesti.

c.3.呵呵。是啊 我们现在可以先草拟一具临时合同吗？

Kata “benar” pada kalimat di atas mengandung 2 arti, arti yang kata pertama mengandung maksud meng-iyakan sedangkan arti kata yang kedua mengandung maksud menanyakan kebenaran.

Solusi : cara mengatasinya antara lain dengan bertanya ke lawan bicara kita apa maksud dari kalimat yang diucapkan. Sedangkan untuk kata-kata ‘gaul’ di antara mereka, kita dapat mempelajarinya dengan banyak berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang China.

d. Kalimat dengan tata bahasa tidak lengkap

Masalah ini muncul biasa disebabkan oleh penggunaan bahasa oral. Dalam bahasa oral, kita terkesan untuk berbicara tanpa susunan tata bahasa yang lengkap. Dalam hal ini, walaupun komunikasi yang penulis lakukan adalah komunikasi semi formal, tetapi dalam interaksinya terkadang seperti pada komunikasi oral sehingga jika ‘saking’ asiknya

berkomunikasi, terkadang lawan bicara tidak menyadari bahwa komunikasi yang dilakukan untuk urusan formal.

Contoh :

d.1. 特别是印尼，是世界最多的国家了吧。

印尼是世界上有很大需求量最多的国家。

Kalimat pertama berarti, “Khususnya di Indonesia, ada negara yang paling banyak sedunia. Padahal arti sebenarnya di kalimat kedua adalah, “Indonesia adalah negara di dunia yang paling banyak permintaannya akan produk ini.”

d.2. **那再复习一遍认识吧。**

既然我们已经认识，现在握手就当是“复习”了。

Kalimat pertama berarti, “Kalau begitu mengulang belajar perkenalan satu kali lagi. Padahal arti sebenarnya di kalimat kedua adalah, “Walau kita sudah berkenalan, sekarang mari berjabat tangan sudah terhitung berkenalan sekali lagi.”

d.3. **你现在大几了？**

现在大几 就是 你大学几年级 的意思。

Kalimat yang pertama berarti, “Anda sekarang sudah berapa besar?”, padahal arti sebenarnya di kalimat kedua adalah, “Anda sudah tingkat berapa di universitas?”

Solusi : cara untuk mengatasi masalah ini adalah dengan semaksimal

mungkin menulis kalimat dengan tata bahasa yang lengkap sehingga maksud yang ingin disampaikan dapat dimengerti dengan baik oleh si penerima.

e. Kalimat dengan peribahasa
commit to user

Masalah dalam peribahasa ini muncul disebabkan karena kurangnya pengetahuan kita akan lingkupan bahasa yang lebih luas. Kesulitan dalam mengartikan peribahasa adalah peribahasa dalam Bahasa China ini tidak dapat diartikan huruf perhurufnya, karena arti dari huruf perhurufnya dan makna sebenarnya bisa jadi sangatlah berbeda.

Contoh :

e.1. 十拿九稳

(十) = sepuluh (拿) = mengambil

(九) = sembilan (稳) = stabil

Arti sebenarnya adalah “hampir pasti”.

e.2. 毛手毛脚

(毛) = bulu (手) = tangan

(毛) = bulu (脚) = kaki

Arti sebenarnya adalah “sembarangan”.

e.3. 壮观非凡

(壮) = kuat (观) = konsep

(非) = tidak ada (凡) = semua

Arti sebenarnya adalah “pemandangan yang luar biasa megah”.

commit to user

e.4.同舟共济

(同) = sama

(舟) = perahu

(共) = biasa

(济) = ekonomis

Arti sebenarnya adalah “saling membantu”.

e.5.无法单独

(无) = tidak

(法) = hukum

(单) = tunggal

(独) = sendirian

Arti sebenarnya adalah “tidak dapat dipisahkan”.

Solusi : dengan belajar lagi mengenai khasanah bahasa China dengan lebih luas, melihat artinya di kamus atau internet.

3.2.Psikologi

Seperti yang tertulis dalam pepatah kuno terkenal, “Setiap orang adalah berbeda, maka kita tidak dapat memperlakukan mereka dengan cara yang sama”. Ada 3 faktor utama yang mempengaruhi psikologi seseorang, faktor tersebut adalah usia, jenis kelamin, dan watak/karakter. Masalah dalam psikologi ini muncul apabila kita bertemu dengan partner bisnis yang tidak sejalan dengan pikiran dan tindakan kita.

Berikut adalah contoh komunikasi bisnis dalam transaksi dagang di PT Karisma Jaya dan cara menganalisisnya.

- a. Pada waktu promosi produk *commit to user*

Saat melakukan komunikasi bisnis, promosi barang merupakan sebuah proses yang penting. Bagaimana kita menjelaskan kepada pelanggan tentang keunggulan barang kita, esok akan mempengaruhi tingkat permintaan pelanggan atas barang ini. Di bawah ini adalah contoh dialognya. Dari dialog di bawah ini kita dapat mengetahui mana pelanggan yang aktif dan mana pelanggan yang pasif.

a.1.

罗先生：好的，让我来说明一下什么原因使我们的产品销售得那么好。我们的产品在国际市场上具有竞争力。那些产品在国外很畅销，我们已经有很大的需求量。

Mr.Luo: Baiklah, saya akan jelaskan sebentar alasan mengapa produk kami selalu memiliki penjualan yang bagus. Produk kami di pasar internasional selalu memiliki daya saing yang baik. Produk-produk ini sangat populer di pasar internasional, kami telah memiliki banyak permintaan yang besar untuk mesin-mesin ini.

a.2. 我：侯先生能不能告诉我们有关你们售后服务的情况？

侯先生：基本上跟以前的一样。
一年的保证，包括换零件和保养。

我：关于运费呢？谁方负担运费？

侯先生：那是属于买方的责任，
我们仅承担提供所有文件的费用。

Saya：Dapatkah Mr.Hou menjelaskan kepada kami mengenai pelayanan apa yang diberikan setelah barang kami beli?

Mr.Hou: Pada dasarnya sama dengan yang dulu.
Garansi 1 tahun, mencakup penggantian suku cadang dan perawatan mesin.

Saya：Bagaimana mengenai pengangkutannya? Pihak mana yang akan menanggung biaya pengangkutan barangnya?

Mr.Hou: Itu adalah tanggung jawab pembeli. Kami hanya menanggung semua biaya dokumen-dokumen saja.

Dari dua dialog ini, kita dapat membuat sebuah kesimpulan. Mr.Luo adalah seorang yang aktif, setiap pelanggan menanyakan suatu masalah, dia akan dengan jelas menjelaskannya. Sebaliknya dibandingkan dengan Mr.Hou, Mr.Hou orangnya lebih pasif, pelanggan memiliki masalah apa, dia hanya dengan singkat menjawabnya. Berhadapan dengan orang seperti Mr.Hou ini, pelanggan harus dapat dengan teliti menanyakan setiap pertanyaan, untuk menghindari masalah di kemudian hari.

b. Pada waktu tawar menawar harga

Masalah yang paling terutama dan penting dalam suatu komunikasi bisnis adalah pada saat tawar menawar harga. Di bawah ini adalah contoh dialognya. Dari dialog di bawah ini, kita dapat mengetahui mana pelanggan yang kooperatif dan mana pelanggan yang tidak kooperatif.

- b.1. 我 : 那让我们来讨论一下价格吧。
我们认为贵公司给我们的价格太高了。
我们希望报价可以再低一些。
- 罗先生 : 是吗? 我们给的是低价。
- 我 : 但是原料的价格随时都在变化 ,
恐怕生产不能覆盖生产费用。
- 罗先生 : 好的 , 我给你10%的折扣。
10%的折扣是我权限内所能给你的。
我真的无法提供超过10%的折扣。
- 我 : 谢谢罗先生的支持。

价格似乎合理但要是还能再低一些我们肯定很高兴。

而且我发现罗先生给的价格比其他公司的价格更高。

这次我第一次帮助公司做个合作。

希望会给公司最好的合作。

罗先生：我明白，请相信我，我们肯定会给你们最好的合同。

好吧，我们既然是合作伙伴，我也拿你当朋友，

我帮你向我们公司的经理说说。

希望他愿意把价格再低一些。

我：嘿嘿。我知道我可以相信你。

谢谢罗先生很大的帮助。

Saya：Kalau begitu kita diskusi harga saja.

sedikit.

Saya merasa harga yang ditawarkan perusahaan Anda sangatlah tinggi. Saya berharap harganya dapat turun

Mr.Luo: Benarkah? Kami sudah memberi Anda harga yang paling rendah.

waktu,

Saya：Tetapi harga bahan baku kami berubah terus setiap takutnya produksi kami malah tidak mampu menutup biaya produksi.

Mr.Luo：Baiklah. Saya beri Anda diskon 10%.

Diskon 10% ini adalah maksimal diskon di dalam kewenangan saya yang dapat saya berikan untuk Anda. Saya benar-benar tidak dapat memberikan diskon lebih dari ini.

Saya：Terimakasih atas kebijaksanaan Mr.Luo.

sama

Harga yang diberikan kelihatannya sangat masuk akal tetapi jika masih bisa turun sedikit lagi, kami pasti akan sangat senang. Dan lagi saya pikir harga yang diajukan oleh Mr.Luo lebih tinggi dibandingkan di tempat lain. Ini adalah pertama kalinya saya membantu perusahaan untuk membuat suatu kerja sama. Saya harap dapat memberikan perusahaan suatu kerja

yang terbaik.

Mr.Luo：Saya mengerti. Tolong percaya kepada saya.

dengan

Saya pasti memberikan kepada Anda kerjasama yang terbaik. Baiklah, semenjak kita menjadi reka kerja, saya juga menganggap Anda sebagai teman, saya akan membantu Anda untuk membicarakan ini

manajer saya. Saya harap ia akan bersedia menurunkan harga sedikit lagi.

Saya : Hehe. Saya tahu saya dapat mempercayai Anda. Terimakasih atas bantuan Mr.Luo yang sangat banyak

ini.

b.2. 我 : 我们看到了一些，可有些地方还不大清楚。
我们先可以看到你们MHZ-65机器型的详细规格吗？
因为网上的信息不大多。

宋先生 : 是吗？这样会耗费很多时间。
明天我叫信息技术部门更新信息。
明天我会发给你那台机器的详细规格。
我是个不喜欢半途而废做事，
现在我们先讨论价格好吗？
关于价格你有什么问题吗？

我 : 我想你提出的价格太高了。价格能不能再低一些？
你们提供我们的这台机器报价是26000元吗，对吗？
如果你能以每台22500元的价格卖给我们，
我们将不胜感激。

宋先生 : 我们无法在这种价格销售。我们从来也不讲价。
万万不可再少。

Saya : Kami sudah melihat beberapa, tetapi di beberapa sisi
masih

belum terlalu jelas. Apakah kami bisa melihat terlebih dahulu spesifikasi yang lebih detail dari mesin MHZ-65? Karena informasi di internet tidak begitu lengkap.

Mr.Song: Benarkah? Kalau begini bisa memakan banyak waktu. Besok saya akan meminta bagian teknologi informasi untuk

memperbaharui informasi lagi.
Besok saya akan mengirimkan kepada kalian spesifikasi yang detail dari mesin itu. Saya adalah orang yang tidak suka mengerjakan pekerjaan setengah-setengah, sekarang bisakah kita berdiskusi tentang harga? Mengenai harga yang kami ajukan, adakah masalah yang ingin ditanyakan?

harga

Saya : Kami merasa harga yang Anda ajukan terlalu tinggi.
Harganya apa bisa diturunkan sedikit?
Untuk mesin ini perusahaan Anda memberikan kami

26000 Yuan bukan? Jika Anda dapat memberikan harga kepada kami 22500 Yuan per unitnya, kami sangat berterimakasih.

Mr.Song: Kami tidak bisa menjual di harga itu.
Sejak dulu kami tidak pernah tawar menawar harga.
Harganya benar-benar tidak dapat turun lagi.

Dari dua dialog ini, kita dapat membuat sebuah kesimpulan. Mr.Luo adalah seorang yang kooperatif. Setiap ada masalah ia dapat berdiskusi dengan pelanggan, bersama-sama mencari pemecahan yang terbaik. Termasuk dalam masalah tawar menawar harga, kami dapat saling menceritakan kesulitan masing-masing, jadi kedua belah pihak dapat memahami kondisi lawannya. Berbeda dengan Mr.Luo, Mr.Song jelas-jelas orang yang tidak kooperatif. Mengerjakan segala urusan sangat terburu-buru. Berhadapan dengan orang seperti ini, kita dapat membuat sebuah trik kecil, kita dapat berpura-pura untuk tidak terlalu tertarik kepada barangnya. Biasanya, dia lalu dapat memberikan kita balasan yang baik/penawaran yang bagus. Tetaoi dengan orang yang begini, kita tidak dapat membuat sebuah kerjasama yang dapat bertahan lama.

c. Pada waktu memberikan pelayanan dan bantuan

Setiap pelanggan berharap mendapatkan pelayanan yang baik. Mereka pasti ingin mengetahui pelayanan apa yang diberikan perusahaan sebelum dan setelah mereka selesai melakukan pembelian barang. Karena pelayanan ini dapat *commit to user* mempengaruhi kerjasama untuk masa

datang. Di bawah ini adalah contoh dialognya. Dari dialog di bawah ini kita akan mengetahui mana pelanggan yang hanya berorientasi pada kepuasan dirinya sendiri dan mana pelanggan yang berorientasi pada kepuasan kedua belah pihak.

c.1. 我 : 前几天我们的公司有点问题。

我们的一台回收废塑料机械突然坏了，

那台也是从其他中国的公司买到的。

所以我这几天忙着找旧的文件，给那家公司联系。

可到现在没有什么有用的结果。

罗先生：有什么事我可以帮忙吗？

要是我可以做到我一定帮助你。

Saya : Dua hari yang lalu perusahaan kami ada sedikit masalah.

Salah satu mesin daur ulang limbah di perusahaan kami tiba-tiba rusak, mesin itu kami beli dari perusahaan lain.

Jadi beberapa hari ini saya sibuk mencari file lama,

kemudian menghubungi perusahaan tersebut, tetapi tetap tidak ada hasil yang memuaskan.

Mr.Luo: Apakah ada sesuatu yang bisa saya bantu? Jikalau ada sesuatu yang bisa saya bantu, pasti saya membantu

Anda.

c.2. 我 : 我们的那台回收废塑料机械，前天突然将无法运行。

我们的维修人员无法维修了，说是得换一些零件，

可我们找了也没找到我们需要的零件。

不知道贵公司能不能帮助我们解决这个问题。

侯先生：请让我查看你们公司的购买的历史。

我 : 好的。侯先生能不能帮助我们想办法把零件寄过来

或让你们的维修人员来到这里维修维修？

侯先生：这有点儿难。尽管我们很想这样做，但恐怕不行了。

你们的保证期限原来已经结束了。

Saya : Mesin daur ulang kami itu, 2 hari yang lalu tiba-tiba

tidak

commit to user
Dapat beroperasi. Teknisi kami juga tidak dapat

tempat memperbaiki, katanya harus mengganti beberapa suku cadang. Orang kami sudah mencari di beberapa tempat juga tidak dapat menemukan suku cadang ini. Tidak tahu apakah perusahaan Anda dapat membantu kami memecahkan masalah ini.

Mr.Hou: Saya lihat sebentar sejarah pembelian perusahaan Anda.

Saya : Baik. Apakah Mr.Hou dapat memberikan kami ide bagaimana mengirim suku cadang itu kemari atau mengirimkan teknisi Anda kemari untuk memperbaiki mesin kami?

Mr.Hou: Ini sedikit sulit. Meskipun saya ingin begitu, takutnya tidak bisa. Garansi mesin Anda ternyata sudah tidak berlaku.

c.3. 我 : 罗先生, 我想知道我们订的回收废塑料机械什么时候可以到我们这里?

罗先生 : 不到三周就可以到吧。

我 : 如果罗先生还记得,

前好几天我说过了我们的一台回收废塑料机械残损了。

这个多少影响了公司的业绩。可以的话, 我们希望不到三周就可以得到那台新机器。希望贵公司能再次考虑我们的要求。

罗先生 : 好的。我会尽量把机器不到三周就到你们那儿。

我 : 谢谢贵公司的合作。

跟贵公司合作倒没什么可操心的。

kami Saya : Mr.Luo, saya sangat ingin tahu mesin daur ulang yang pesan itu kapan dapat sampai kemari?

Mr.Luo: Tidak sampai 3 minggu sudah bisa sampai.

kepada Saya : Jika Mr.Luo masih ingat, saya pernah mengatakan

Mr.Luo kalau salah satu mesin daur ulang limbah kami mengalami kerusakan. Masalah ini sedikit banyak telah mempengaruhi kinerja perusahaan. Jika memungkinkan saya harap tidak sampai 3 minggu mesin sudah dapat sampai di sini. *it to user*

Mohon Anda memikirkan kembali permintaan kami ini.
 Mr.Luo: Baiklah. Saya akan berusaha semaksimal mungkin tidak sampai 3 minggu mesin sudah bisa sampai di sana.
 Saya : Terimakasih kerjasamanya. Bekerjasama dengan perusahaan
 Anda benar-benar tidak ada yang perlu dikhawatirkan lagi.

c.4. 我 : 好的，我们等着你们的消息。

再说，这台机器是你们公司创造的吧？

那你们多久才可以把机器准备好呢？

侯先生：我们的回收废塑料机械大概在8月前可以准备好了。

Saya : Baik, saya akan menunggu kabar dari Anda.

Bicara lagi, mesin ini buatan perusahaan Anda sendiri kan?

Kalau begitu, perlu waktu berapa lama agar mesin dapat selesai dibuat?

Mr.Hou: Mesin kami ini mungkin sebelum bulan 8 sudah siap dipasarkan.

c.5. (

以前我向罗先生的公司要求帮我们找一种零件，他们找到了。

他们想把那个零件送我们算是礼物)。

我 : 我们不好意思的接受贵公司的好心意。

贵公司已经给我们了很多的帮助，

我们已经很不好意思了。

罗先生：好意不应该被拒绝吧！哈哈。

我 : 嘿嘿。对的。那我不客气了。

我代表公司向贵公司说谢谢。对了，不如这样吧，

以后罗先生或贵公司的代表来到印尼的时候，

一定要告诉我们的公司，

我们公司一定给你们最特别的招待。

(Waktu yang lalu saya meminta pertolongan perusahaan Mr.Luo untuk membantu perusahaan kami mencari sebuah suku cadang,

mereka telah menemukan suku cadang itu. Mereka ingin menjadikan suku cadang itu sebagai hadiah).

Saya : Kami merasa tidak enak hati menerima terus kebaikan hati dari perusahaan Anda. Perusahaan Anda telah member kami banyak bantuan, kami sedikitpun belum membalas apapun pada perusahaan Anda.

Mr.Luo: Rejeki itu kan tidak boleh ditolak. Haha.

Saya : Hehe. Benar. Kalau begitu saya tidak sungkan lagi. Saya mewakili perusahaan untuk berterimakasih kepada perusahaan Anda. Oh iya, kalau tidak begini saja, pokoknya esok jika Mr.Luo atau utusan dari perusahaan Mr.Luo datang ke Indonesia, harus memberitahukan

kepada

kami, perusahaan kami akan memberikan pelayanan yang istimewa kepada kalian.

Dari kelima dialog itu, kita dapat membuat sebuah kesimpulan.

Mr.Luo adalah seorang yang suka membantu orang lain. Sifatnya yang ramah dan terbuka membuat pelanggan suka untuk bekerjasama dengan perusahaannya. Penjual yang seperti ini adalah tipe yang memperhatikan kepuasan kedua belah pihak. Perusahaan Mr.Luo juga berkali-kali menunjukkan iktikad baiknya. Sampai membuat perusahaan yang penulis wakilkkan merasa tak enak hati menerimanya, jadi penulis mewakili perusahaan untuk memberikan sedikit balasan kepada perusahaan mereka, berupa pelayanan yang terbaik saat mereka berkunjung ke Indonesia kelak. Hanya dengan wakil perusahaan yang seperti inilah, kita dapat membuat kerja sama yang dapat bertahan lama. Sebaliknya Mr.Hou, dia adalah seorang yang sedikit terburu-buru. Setiap bertemu dengan masalah, dia tidak dapat memberikan penyelesaian yang baik. Penjual seperti ini hanya berorientasi kepada kepuasan diri sendiri.

Dari ketiga wakil perusahaan itu, kita dapat membuat kesimpulan sederhana, Pada wakil perusahaan pertama yaitu Mr.Luo, dapat dilihat dari segi umur dia tidak berbeda jauh dengan penulis. Dari segi gaya bahasa yang digunakan, terlihat dia adalah orang yang fleksibel dan terbuka. Walaupun belum lama kenal, tapi komunikasinya sudah sangat lancar, seperti merasa sedang berkomunikasi dengan teman sendiri, sehingga selama berkomunikasi tidak ada masalah.

Sama seperti wakil perusahaan yang pertama, pada wakil perusahaan yang kedua yaitu Mr.Hou, dapat dilihat dari segi umur juga tidak jauh berbeda dari penulis, tetapi dari segi gaya bahasa terkesan agak pasif dan tidak terbuka. Padahal sebagai penjual, seharusnya ia dapat lebih aktif untuk mengeluarkan keunggulan barang yang dimilikinya. Pada saat perusahaan memiliki masalah tentang mesin, yang notabene mesin itu adalah buatan pabriknya, pihak ini tidak dapat memberikan solusi yang baik bagi perusahaan. Sikap yang acuh tak acuh ini dapat membuat pelanggan menjadi sedikit tidak senang. Menghadapi orang yang seperti ini, setiap pertanyaan harus ditanyakan dengan teliti. Masalah juga harus dibereskan dengan sempurna dan jangan setengah-setengah, guna meminimalisasikan masalah baru yang mungkin terjadi di masa yang akan datang.

Pada wakil perusahaan yang ketiga yaitu Mr.Song, dapat dilihat dari segi umur, pihak ketiga ini perbedaan umurnya lumayan banyak dengan penulis. Gaya bahasa yang digunakan penulis lebih formal dan terkesan sangat serius. Berbeda dengan wakil perusahaan yang pertama, wakil perusahaan yang ketiga kelihatan orangnya tergesa-gesa. Dilihat dari segi gaya bahasa yang digunakan, pihak ketiga

ini merupakan orang yang jarang berkompromi, agak kaku dan kurang kooperatif. Ini terlihat pada waktu penulis beberapa kali meminta keringanan harga, tetapi ia sedikitpun tidak bersedia membantu. Ini menjelaskan kalau ia hanya mengutamakan kepuasan diri sendiri. Akhirnya, PT Karisma Jaya memutuskan untuk memilih melakukan kerja sama dengan perusahaan dari wakil perusahaan yang pertama dan membeli mesin dari perusahaan mereka.

Setelah melihat deskripsi dari ketiga wakil perusahaan ini di atas, di sini bisa diketahui seorang penjual yang seperti apa yang dapat menarik hati konsumen. Pada kesempatan kali ini, walaupun perusahaan yang penulis wakikan hanya bertindak sebagai pembeli, yang notabene pembeli adalah 'raja', yang mana pembelilah yang mampu memilih dari mana dia akan membeli suatu produk, tapi ini bukanlah suatu masalah. Dari ketiga perusahaan yang telah berkomunikasi dengan penulis, penulis menjadi semakin tahu, pola pandang dan cara pelayanan apa yang baik dan dapat memikat hati konsumen dan bagaimana menggunakan dan memperlakukan penjual agar kita memperoleh apa yang menjadi tujuan kita.

Sebagai rekan kerja yang baik, kita harus memiliki prinsip yang tetap. Harus dapat menjadi orang yang dapat dipercaya, baik dari kata maupun perbuatan kita. Terhadap berbagai masalah harus sepenuh hati mengerjakannya, rajin memahami permintaan pelanggan. Setiap bertemu berbagai masalah, harus berpikir secara terbuka dan harus terus berusaha untuk bekerja dengan lebih giat. Di dalam sebuah komunikasi bisnis, memberikan *partner* bisnis sedikit pujian adalah hal yang sangat penting. Ini dapat membangkitkan semangat mereka. Yang paling penting dalam berkomunikasi adalah kita harus melakukan segala sesuatu

commit to user

dengan sebaik-baiknya, tetap berkonsentrasi, terbuka dan menikmati setiap menit dan detiknya, sehingga diharapkan dapat terhindar dari berbagai kesalahpahaman. Semua ini adalah demi memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan yaitu hubungan kerjasama yang bertahan lama dan kontinu.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan TA ini, didapatkanlah kesimpulan sebagai berikut:

Pada kesempatan Praktik Kerja Lapangan di PT Karisma Jaya ini, penulis berkesempatan untuk melakukan negosiasi dalam rangka pembelian sebuah mesin pengolah limbah plastik dengan 3 staf pemasaran perusahaan di China. Mereka adalah Mr.Luo, Mr.Hou, dan Mr.Song. Dari hasil negosiasi yang dilakukan didapatkanlah 3 poin penting sebagai berikut.

1. Menggunakan Bahasa China untuk komunikasi bisnis dalam transaksi pembelian barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo

Setiap ranah pekerjaan mempunyai spesialisasi bahasanya masing-masing, tak terkecuali bahasa dalam komunikasi bisnis.

a. Bahasa

Bahasa dalam komunikasi bisnis dibedakan menjadi 2, yaitu secara lisan dan tertulis. Dalam komunikasi bisnis, baik dalam konteks lisan maupun tertulis, kita dituntut untuk selalu berusaha menggunakan bahasa secara formal. Ini dikarenakan konteks yang dilakukan dalam suasana dan kepentingan yang formal yaitu untuk transaksi dagang. Dalam bahasa komunikasi bisnis juga dikenal adanya bahasa santun dan kebasa-basian saat berkomunikasi.

commit to user

b. Psikologi

Bahasa yang digunakan seseorang dapat menunjukkan bagaimana psikologi seseorang. Di faktor ini, kita dituntut untuk lebih aktif dan peka dalam menganalisis dan memahami psikologi rekan bisnis kemudian memperlakukan rekan bisnis kita sesuai watak dan karakter tiap pribadinya masing-masing.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kelancaran suatu transaksi bisnis dalam transaksi pembelian barang di PT Karisma Jaya Sukoharjo

Faktor yang mempengaruhi kelancaran suatu komunikasi bisnis adalah :

a. Bahasa

Bahasa merupakan faktor yang sangat vital di dalam suatu proses komunikasi bisnis. Dalam melakukan suatu hubungan dagang, kita dituntut untuk dapat memahami kosakata yang sering digunakan kemudian menggunakan kosakata itu ke dalam situasi nyata dengan kalimat yang baik dan benar sehingga mudah dibaca dan dimengerti.

b. Psikologi

Faktor psikologi sering dianggap remeh oleh sebagian orang karena perannya yang tidak sebesar peran bahasa. Padahal, tanpa disadari faktor psikologi dapat memberikan sumbangsih yang besar dalam kelancaran suatu hubungan dagang. Faktor psikologi yang

mempengaruhi kelancaran komunikasi bisnis antara lain: faktor usia, jenis kelamin dan watak.

3. Kendala yang dihadapi dalam komunikasi bisnis di PT Karisma Jaya Sukoharjo dan cara mengatasinya

Berikut ini adalah kendala-kendala dalam komunikasi bisnis berdasarkan faktor bahasa dan faktor psikologi dan cara mengatasinya.

Tabel 4.1: Kendala dan Solusi dalam Komunikasi Bisnis Berbahasa China

Faktor	Kendala	Solusi
Bahasa	Kurangnya pemahaman kosakata tentang bisnis	Mencari di kamus, banyak membaca dan mempelajari buku tentang bisnis
	Menganalisa teks yang terlalu panjang	Memilah teks menjadi beberapa bagian lalu baru diartikan
	Kesulitan dalam memahami bahasa ambigu dan peribahasa	Bertanya langsung, mencari di kamus, banyak membaca buku
Psikologi	Penulisan kalimat tidak dengan tata bahasa yang lengkap	Berusaha menulis kalimat sesuai dengan tata bahasa yang baik
	Kesulitan dalam memahami watak rekan bisnis.	Membawa diri untuk lebih peka dan perhatian terhadap segala yang diucapkan dan dikerjakan olehnya
	Kesulitan dalam menghadapi rekan bisnis yang acuh	Berusaha untuk menanyakan segala sesuatunya dengan lebih detail
	Kesulitan dalam menghadapi rekan bisnis yang tidak mampu berkompromi	Mencoba untuk memahami dan bertoleransi sampai batas yang mungkin

B. Saran

Setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan dan melakukan hubungan dagang dengan pihak China, Penulis dapat membagikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Mediator Bahasa China

Seorang mediator Bahasa China sebaiknya dapat menguasai pemahaman Bahasa China dan psikologi lawan bicara dengan baik. Dari dalam dirinya sendiri, seorang mediator yang baik harus dapat menunjukkan pribadi yang berkualitas dan berkompeten di manapun ia bertugas.

2. Bagi teman-teman Prodi Bahasa China

Diharapkan teman-teman dapat terus menggali dan mengembangkan ilmu yang telah didapat untuk mencapai tingkat yang lebih tinggi, khususnya dalam pemahaman Bahasa China menurut bidangnya masing-masing.

3. Bagi Prodi Bahasa China

Diharapkan prodi dapat terus mengembangkan kurikulum yang berbasis pada Bahasa China, khususnya dalam pelajaran bisnis berbahasa China dan kebudayaan China yang dewasa ini sangat diperlukan.

4. Bagi Perusahaan

Diharapkan PT Karisma Jaya dapat terus membuka lebih banyak lagi peluang kerja, khususnya yang berhubungan dengan Bahasa China,

dengan merekrut dan menyerap tenaga kerja ahli berbahasa China yang *professional* dan kompeten di bidangnya.

