
Bahasa Inggris sebagai Bahasa Komunikasi Bisnis di Era Globalisasi: Persepsi Pebisnis dan Karyawan

Author:

Usmala Dewi Siregar

Afiliation:

Universitas Labuhanbatu

Corresponding email

Usmaladewi123@gmail.com

Histori Naskah:

Submit: 2023-08-02

Accepted: 2023-08-28

Published: 2023-08-28



*This is an Creative Commons License
This work is licensed under a Creative
Commons Attribution-NonCommercial
4.0 International License*

Abstrak:

Bahasa Inggris merupakan hal yang umum di era globalisasi seperti sekarang ini. Namun, masih terdapat beberapa kelemahan dari sumber daya manusia Indonesia, terutama kesadaran bahwa Bahasa Inggris dapat meningkatkan peluang karir. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki persepsi pebisnis dan karyawan terhadap pentingnya bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi bisnis di era globalisasi. Dari 99 pebisnis dan karyawan, 50 pebisnis dan karyawan di perusahaan swasta ikut dalam penelitian ini. Setelah pengamatan selama seminggu dilaksanakan, kuesioner dibagikan. Setelah hasil kuisisioner ditabulasikan, dilakukan wawancara semi terstruktur untuk menggali lebih jauh persepsi pebisnis dan karyawan tentang pentingnya bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi di era globalisasi. Temuan menunjukkan bahwa Bahasa Inggris sangat berdampak positif bagi pebisnis dan karyawan seperti mempermudah dan membantu akses terhadap informasi global, meningkatkan peluang karir, meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi, menambah wawasan dan pengetahuan, serta memahami kondisi bisnis internasional. Beberapa implikasi dari bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi disajikan dan didiskusikan. keterlibatan dan tantangan berbicara dan memahami pebisnis dan karyawan juga dicari untuk diuraikan.

Kata kunci: Bahasa Inggris, Karyawan, Persepsi, Pebisnis

Pendahuluan

Di era globalisasi yang semakin berkembang saat ini, peran komunikasi menjadi hal yang semakin vital. Perkembangan ilmu dan teknologi serta tuntutan zaman yang semakin maju dan modern semakin membuka kesempatan untuk berkomunikasi secara internasional (Munadzdzofah, 2017). Pembedlakuan pasar bebas pada saat ini memberikan kesempatan sekaligus tantangan pada sumber daya manusia Indonesia untuk dapat bersaing dan bertahan di era yang serba cepat ini. Agar Tenaga profesional dalam negeri dapat mampu bersaing dengan Tenaga kerja Asing, Sumber Daya manusia Indonesia adalah yang menjadi kunci harapan untuk memenangkan persaingan global tersebut. Tenaga profesional dalam negeri pun harus mampu bersaing dengan tenaga kerja asing.

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama (Yuni dan Hutabarat, 2021). Perdagangan internasional pun memiliki peran sebagai salah satu sarana untuk mempererat hubungan suatu negara dengan negara lain. Sadar akan kebutuhan yang besar ini, setiap negara berusaha untuk menjalin kerja sama dengan negara lain.

Mengingat semakin eratnya hubungan kerja sama antara Indonesia dengan negara-negara asing, perusahaan-perusahaan di Indonesia harus mulai meningkatkan kinerja mereka. Baik dalam peningkatan sumber daya manusianya maupun teknologinya. Demi menjamin kelancaran dalam transaksi perdagangan, selalu ada hal yang tidak dapat dipisahkan, yaitu pemahaman akan komunikasi bisnis yang baik. Seorang tenaga kerja dituntut untuk memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, dalam konteks ini adalah kemampuan berbahasa asing.

Bahasa memegang peranan penting dalam kehidupan manusia karena bahasa merupakan alat komunikasi manusia dalam kehidupan sehari-hari (Setiyono dkk., 2022). Di setiap negara memiliki bahasanya tersendiri namun sebagai salah satu Bahasa yang sering digunakan dalam komunikasi bisnis yaitu Bahasa Inggris dikarenakan Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional pertama yang digunakan untuk berkomunikasi dalam berbagai aspek kehidupan; pendidikan, ekonomi, politik, budaya dalam lingkup internasional. Sebagai bahasa universal, Bahasa Inggris menjadi bahasa yang digunakan dalam dunia teknologi, pendidikan, politik, bisnis, dan lain sebagainya (Wengrum dan Adhi, 2022).

Komunikasi berbicara dengan Bahasa asing atau Bahasa Inggris menjadi tantangan tersendiri (Hidayat, dkk. 2022).

Studi Literatur

Dalam dunia bisnis, bahasa Inggris berperan sebagai bahasa internasional dari komunitas bisnis untuk keseragaman dalam komunikasi untuk menunjang suksesnya kerja sama. Agar negosiasi bisnis dengan negara lain berjalan dengan lancar, adanya komunikasi yang dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi dapat berupa lisan maupun tulisan, bahasa Inggris dipilih sebagai bahasa bisnis untuk mereka berkomunikasi agar tidak terjadi kesalahpahaman saat menjalin kerja sama. Hal ini menjadikan bahasa Inggris menjadi suatu kebutuhan manusia saat ini yang tidak dapat dihindari. Perspektif Tamrin dan Yanti, 2019 bahwa Bahasa Inggris merupakan bahasa yang memiliki penutur terbanyak, atau dikenal dengan istilah *lingua franca*. Di Negara Indonesia masih banyak yang memiliki persepsi bahwa bahasa Inggris itu sulit, oleh karena itu generasi muda masih banyak yang enggan belajar bahasa Inggris. Beberapa hal yang harus diperhatikan seseorang untuk memudahkan mempelajari bahasa Inggris, diantaranya :

1. Mengenali bahasa Inggris
2. Mulai menyukai bahasa Inggris
3. Mendengarkan, membaca dan menonton film yang menggunakan bahasa Inggris, karena apabila seseorang terbiasa mendengarkan kata-kata yang menggunakan bahasa Inggris maka otak kita akan otomatis merekam bahasa Inggris yang pernah kita dengarkan tersebut.
4. Berani mengekspresikan diri menggunakan bahasa Inggris.

Terlepas dari semua praktik tersebut, bahasa Inggris sebagai komunikasi bisnis masih terbatas dilaporkan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menemukan bagaimana pebisnis dan karyawan memandang bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi untuk meningkatkan kesadaran komunikasi bisnis mereka.

Sejumlah penelitian terkait bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi telah dilaporkan, Pelatihan Bahasa Inggris Komunikatif Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas SDM Dalam Menghadapi Tantangan MEA Bagi Santriwati Pondok Pesantren Al-Husna Jember (Zuhro dan Hermawati 2017), Peranan Bahasa Inggris Sebagai Tolok Ukur Pesatnya Perekonomian di Indonesia (Nasution, 2018), Studi Literatur: Peranan Bahasa Inggris untuk Tujuan Bisnis dan Pemasaran (Rahayu, 2018), Melatih Komunikasi Bahasa

Inggris Untuk Pemasaran Bagi Kelompok Usaha Bersama Batik Batu Mangga Di Kabupaten Kediri (Riwayatiningih dan Anas, 2022). Dalam penelitian sebelumnya, telah dianalisis terhadap hasil survei yang bertujuan untuk memahami pandangan responden mengenai peran Bahasa Inggris dalam komunikasi. Melalui analisis data survei dipahami bahwa persepsi dan pemahaman responden terhadap pentingnya Bahasa Inggris dalam konteks komunikasi.

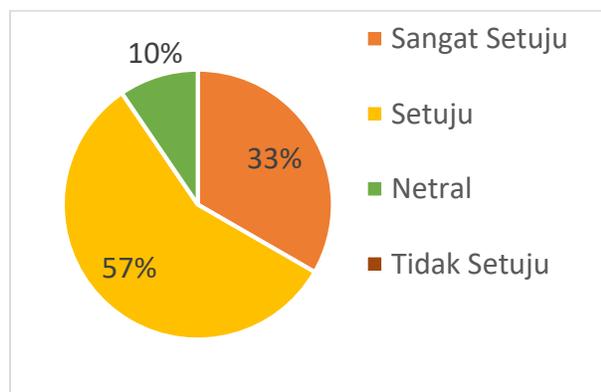
Metode Penelitian

Studi kasus digunakan untuk melakukan penelitian ini yang menggambarkan bagaimana bahasa Inggris dirasakan oleh pebisnis dan karyawan agar praktik bahasa Inggris diaplikasikan. Proyek ini mengambil tempat di perusahaan swasta di Indonesia. Dari 99 pebisnis dan karyawan direkrut dalam satu perusahaan swasta, 50 karyawan dan pebisnis bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Semua pebisnis dan karyawan berusia 30- 50 tahun, kisaran bekerja sudah lima tahun ke atas yang telah berpengalaman. Setelah pengamatan dalam satu minggu dilaksanakan, kuesioner dibagikan. Setelah hasil kuesioner ditabulasikan, dilakukan wawancara semi terstruktur untuk menggali lebih jauh persepsi pebisnis dan karyawan terhadap bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi.

Hasil

Bahasa Inggris sebagai akses terhadap informasi dalam komunikasi bisnis di era globalisasi

Menggunakan bahasa Inggris dalam berkomunikasi dianggap positif oleh pembisnis dan karyawan. Bahasa Inggris dianggap sebagai akses terhadap informasi dalam komunikasi bisnis di era globalisasi. Berkaitan dengan hal tersebut, disajikan diagram 1.

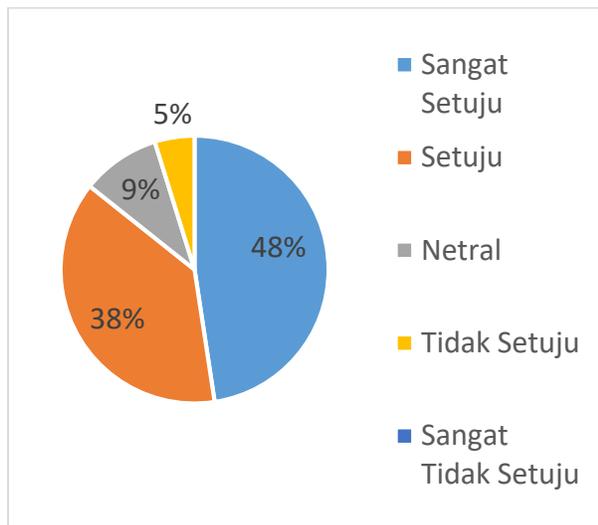


Gambar 1. Bahasa Inggris sebagai akses informasi

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan peran Bahasa Inggris dalam mempermudah akses terhadap informasi dalam komunikasi di era globalisasi. Sebanyak 33,3% responden sangat setuju dan setuju dan 57,1% responden setuju bahwa Bahasa Inggris dapat mempermudah akses terhadap informasi global. Hal ini menunjukkan kesadaran responden akan dominasi Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang digunakan dalam berbagai sumber informasi di era globalisasi.

Bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi yang dapat meningkatkan peluang karir di era globalisasi

Menggunakan bahasa Inggris dalam berkomunikasi dianggap positif oleh pembisnis dan karyawan. Bahasa Inggris dianggap mampu meningkatkan karir seseorang. Berkaitan dengan hal tersebut, disajikan diagram 2.

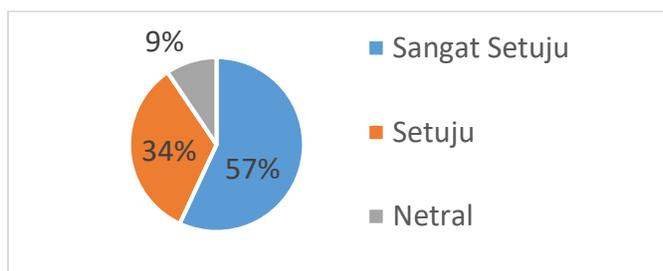


Gambar 2. Bahasa Inggris meningkatkan peluang karir

Hasil survei mengungkapkan bahwa responden percaya bahwa penggunaan Bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi dapat meningkatkan peluang karir seseorang dalam era globalisasi. Dalam survei ini, 47,6% responden sangat setuju dan 38,1% responden setuju dengan pernyataan ini. Pandangan ini mencerminkan pemahaman responden bahwa kemampuan berbahasa Inggris menjadi kualifikasi penting dalam mencapai kesuksesan karir di dunia yang semakin terhubung secara global.

Bahasa Inggris dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi di era globalisasi

Menggunakan bahasa Inggris dalam berkomunikasi dianggap positif oleh pembisnis dan karyawan. Bahasa Inggris dianggap mampu meningkatkan karir seseorang. Berkaitan dengan hal tersebut, disajikan diagram 3.

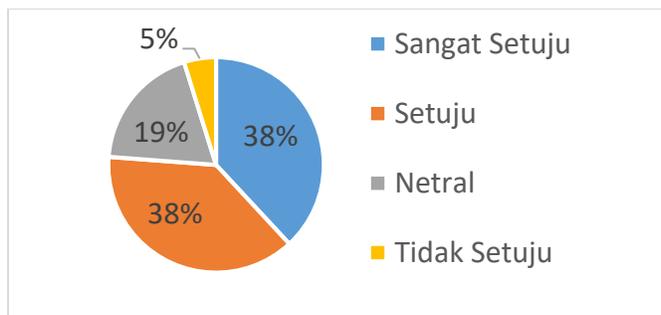


Gambar 3. Bahasa Inggris meningkatkan kepercayaan diri

Dalam hal kepercayaan diri dalam berkomunikasi di era globalisasi, mayoritas responden meyakini bahwa kemampuan berbahasa Inggris dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka. Sebanyak 57,1% responden sangat setuju dan 33,7% responden setuju dengan pernyataan ini. Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan Bahasa Inggris dianggap sebagai faktor penting dalam membangun kepercayaan diri saat berkomunikasi dengan individu atau kelompok dari latar belakang budaya yang berbeda.

Bahasa Inggris dapat menambah wawasan dan pengetahuan seseorang di era globalisasi

Menggunakan bahasa Inggris dalam berkomunikasi dianggap positif oleh pembisnis dan karyawan. Bahasa Inggris dianggap menambah wawasan dan pengetahuan seseorang di era globalisasi. Berkaitan dengan hal tersebut, disajikan diagram 4.

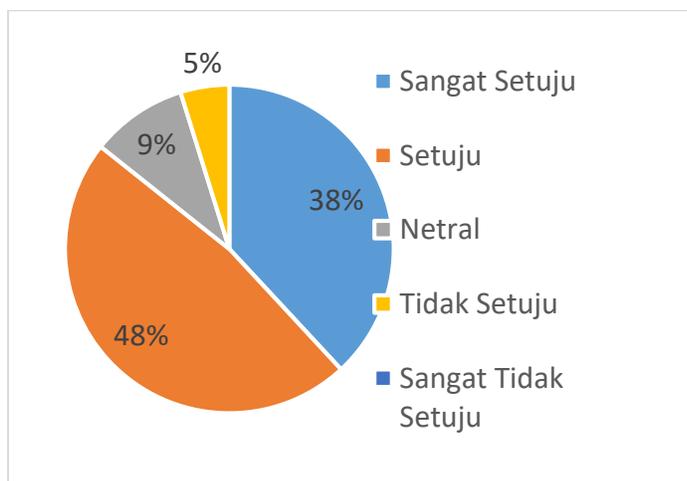


Gambar 4. Bahasa Inggris menambah wawasan dan pengetahuan

Hasil survei ini mengungkapkan bahwa Bahasa Inggris memiliki peran penting dalam peningkatan wawasan dan pengetahuan seseorang di era globalisasi. Sebanyak 38,1% responden sangat setuju dan 38,1% responden setuju dengan pernyataan ini. Hal ini menunjukkan bahwa responden menyadari bahwa Bahasa Inggris bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai pintu masuk untuk memahami budaya, pengetahuan, dan isu-isu global yang relevan.

Bahasa Inggris dapat memahami kondisi bisnis internasional di era globalisasi

Menggunakan bahasa Inggris dalam berkomunikasi dianggap positif oleh pembisnis dan karyawan. Penggunaan Bahasa Inggris dapat memahami kondisi bisnis internasional di era globalisasi. Berkaitan dengan hal tersebut, disajikan diagram 5.



Gambar 5. Bahasa Inggris dapat memahami kondisi bisnis internasional

Hasil survei ini menyoroti manfaat Bahasa Inggris dalam memahami kondisi bisnis internasional. Sebanyak 38,1% responden sangat setuju dan 47,6% responden setuju bahwa Bahasa Inggris dapat membantu seseorang untuk memperoleh informasi tentang kondisi bisnis internasional. Hal ini

menunjukkan bahwa responden mengakui pentingnya kemampuan berbahasa Inggris dalam mengikuti perkembangan bisnis internasional dan memperluas wawasan mereka dalam konteks global.

Pembahasan

Secara keseluruhan, hasil survei ini menunjukkan konsensus responden mengenai peran penting Bahasa Inggris dalam komunikasi di era globalisasi. Bahasa Inggris dianggap sebagai alat yang dapat mempermudah akses terhadap informasi, meningkatkan peluang karir, mendapatkan pengetahuan teknologi terbaru, membangun kepercayaan diri, meningkatkan wawasan dan pengetahuan, serta memahami kondisi bisnis internasional. Hasil survei ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pandangan responden terkait peran Bahasa Inggris dalam konteks komunikasi global, serta memberikan pembenaran empiris terhadap pentingnya penguasaan Bahasa Inggris dalam era globalisasi yang semakin terhubung.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil survei dan analisis, dapat disimpulkan bahwa Bahasa Inggris memainkan peran penting dalam komunikasi di era globalisasi. Mayoritas responden setuju bahwa Bahasa Inggris mempermudah akses terhadap informasi global, meningkatkan peluang karir, membantu mendapatkan informasi teknologi terbaru dalam bisnis, meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi, menambah wawasan dan pengetahuan, serta memahami kondisi bisnis internasional. Survei ini mengindikasikan bahwa responden memiliki pemahaman yang kuat tentang dominasi Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang digunakan dalam berbagai aspek kehidupan global. Mereka menyadari bahwa kemampuan berbahasa Inggris menjadi kualifikasi penting dalam mencapai kesuksesan karir, memahami perkembangan teknologi, berkomunikasi dengan individu atau kelompok budaya yang berbeda, serta memperluas wawasan bisnis internasional. Penguasaan Bahasa Inggris menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan dalam menghadapi tantangan komunikasi di era globalisasi. Kemampuan berbahasa Inggris dapat memberikan keuntungan kompetitif dalam mengakses informasi, meningkatkan peluang karir, memperoleh pengetahuan teknologi terbaru, membangun kepercayaan diri, meningkatkan wawasan dan pengetahuan, serta memahami dinamika bisnis internasional. Penting bagi individu untuk mengembangkan kemampuan berbahasa Inggris guna menghadapi tuntutan komunikasi global yang semakin kompleks.

Referensi

- Riwayatningsih, R., Anas, M., & Forijati, R. (2022). Melatih Komunikasi Bahasa Inggris Untuk Pemasaran Bagi Kelompok Usaha Bersama Batik Batu Mangga Di Kabupaten Kediri. NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 2, No. 4, November 2022, Halaman 83-88. e-ISSN: 2962-4800; p-ISSN: 2962-360X. Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia.
- Zuhro, C., Hermawati, D. A. (2017). Pelatihan Bahasa Inggris Komunikatif Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas SDM Dalam Menghadapi Tantangan MEA Bagi Santriwati Pondok Pesantren Al-Husna Jember. Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA, Vol. 2, No. 1, Juni 2017. P-ISSN: 2503-1031, E-ISSN: 2503-1112.
- Nasution, S. (2018). Peranan Bahasa Inggris Sebagai Tolok Ukur Pesatnya Perekonomian di Indonesia.

Jurnal Bisnis Net, Volume I, No. 2, Juli-Desember 2018, ISSN: 2621-3982. Universitas Dharmawangsa.

- Setiyono, T., Wardiani, R. & Setiawan, H. (2021). Strategi Kesantunan Berbahasa dalam Film Assalamualaikum Calon Imam. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 8(1), 7-13.
- Tamrin, A. F. & Yanti (2019). Peningkatan Keterampilan Bahasa Inggris Masyarakat Pegunungan di Desa Betao Kabupaten Sidrap. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 15 (2), 61-72.
- Yuni, R. & Hutabarat, D., L. (2021). Dampak Perdagangan Internasional terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia pada Tahun 2009-2019. *NIAGAWAN*, 10 (1).
- Munadzdzofah, O. (2017). Pentingnya Bahasa Inggris, China, dan Jepang sebagai Bahasa Komunikasi Bisnis di Era Globalisasi. *VOCATIO*, 1 (2).
- Hidayat, N. dkk. (2022). Pelatihan Public Speaking dan Presentation Skill dalam Manajemen Komunikasi Bisnis untuk Pegawai. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 3 (1).
- Wengrum, T. D., & Adhi, N. (2022). Pengembangan Modul Digital Bahasa Inggris Bagi Mahasiswa Bisnis di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 14(2)