

TANGGAPAN TERHADAP MEDIA *E-JB* SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN *JAPANESE FOR BUSINESS*

Endah Kurniati, Sigit Kurniawan, Soni Mulyawan Setiana
Universitas Komputer Indonesia, Jl. Dipatiukur 112-116, Bandung, Indonesia
endah20.ek@gmail.com

ABSTRACT

This research investigates how users responses toward an instructional media named E-JB. The media was created with Adobe Flash CS3 Professional, which its purpose is to ease learning Japanese for Business. Population and sample of this research is all students of Japanese Literature Study Program who take the subject of Japanese for Business. The research instrument using questionnaire and to collection data using likert scale. After knowing the results of the responses of respondents, in conclusion, E-JB as an instructional media Japanese for Business has Good.

Keyword : Japanese for Business, Instructional media, E-JB, questionnaire

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan sensus yang dilakukan oleh GARIS Japan tahun 2006 ada sekitar 783 daftar perusahaan Jepang yang ada di Indonesia, kita juga sering mendengar perusahaan Jepang yang membuka lowongan kerja di Indonesia untuk bekerja di Jepang, baik itu *internship* maupun secara langsung dari perusahaan yang membuka cabangnya di Indonesia. Oleh karena itu sudah sepantasnya bagi mereka yang ingin melakukan bisnis atau bekerja dengan bangsa Jepang harus memahami serta menghormati budaya dan etika bisnis mereka agar bisnis bisa berjalan dengan lancar.

Mulyadi (2017) mengemukakan bahwa Jepang telah melahirkan etika bisnis unik yang dijalankan dengan sebaik-baiknya sebagai sebuah Negara yang berkarakter kuat serta

berpola pikir dinamis. Mempelajari budaya dan etika bisnis Jepang membuat kita memahami bahwa Jepang merupakan bangsa yang sangat memperhatikan tata karma sopan santun, kejujuran, menghargai orang lain dan sifat-sifat mulia lainnya.

Orang asing yang melakukan bisnis di Jepang harus memiliki kesediaan untuk memahami nilai-nilai budaya Jepang secara mendalam. Perlu diingat bahwa hubungan *interpersonal* (*ningen kankei*) adalah faktor kunci utama di Jepang. Kepercayaan tidak bergantung pada kontrak tertulis tetapi pada hubungan *interpersonal* yang sudah ada dan strategi jangka panjang, termasuk komitmen untuk hubungan bisnis jangka panjang. Mungkin lebih bijaksana menyadari bahwa sebagai akibat dari arti kontrak yang berbeda berdasarkan

nilai-nilai budaya yang berbeda, orang bisnis *non*-Jepang biasanya menghadapi lebih banyak masalah dengan mitra Jepang mereka selama implementasi kontrak daripada sebelum ditandatangani . (Gracia, 2015).

Budaya bisnis di Jepang sangat fokus untuk menjaga kerukunan kelompok, dipupuk melalui hubungan pribadi yang kuat dan loyalitas kepada perusahaan dan kelompok. Oleh karena itu jejaring, membangun kepercayaan dan persahabatan pribadi merupakan faktor terpenting dalam mencoba mengembangkan bisnis yang sukses di Jepang.

Berdasarkan hal tersebut, untuk mempermudah pembelajar dalam mempelajari etika bisnis Jepang terutama saat berbicara dengan atasan, bawahan, atau teman satu kantor maka penulis membuat sebuah media pembelajaran yang bernama “E-JB”, kemudian membagikan media tersebut kepada responden untuk mengetahui bagaimana tanggapan terhadap media ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Etika Bisnis Jepang

Menurut Fahmi (2017) etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis untuk boleh dan tidak dalam bertindak, dimana aturan-aturan tersebut merupakan aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis.

Sebagian besar etiket bisnis Jepang adalah penekanan berat pada hubungan pribadi. Ini hadir dalam banyak aspek budaya Jepang.

Membangun hubungan adalah bagian penting dari etika bisnis Jepang dan interaksi sosial adalah fondasi dari hubungan apa pun. Sebagai orang asing yang ingin membangun kepercayaan dan menjalin hubungan pribadi yang baik, orang harus memanfaatkan setiap peluang yang disajikan.

Bangsa Jepang memiliki konsep kehidupan yang sangat dijunjung tinggi oleh seluruh lapisan masyarakatnya yaitu semangat “*bushidou*” (jalan ksatria), yang mengutamakan nilai-nilai kesetiaan, keadilan, rasa malu, tata-krama, kemurnian, kesederhanaan, kehormatan, disiplin yang tinggi, bekerja secara kelompok, kerja keras, dan bersungguh-sungguh. (Setiana, 2010).

Pemahaman tentang budaya, adat istiadat sosial, adat istiadat dan kepercayaan di Jepang dibutuhkan saat perekrutan karyawan baru. Ini terdiri dari pemahaman praktik bisnis dan perilaku Jepang, misalnya etika bisnis Jepang yang berkaitan dengan sopan santun, penampilan pribadi, pakaian, telepon, komunikasi internal dan hubungan pelanggan serta komunikasi formal dan informal.

Dalam etika bisnis Jepang juga tidak terlepas dari 敬語 *keigo*. *Keigo* adalah bahasa sopan dalam bahasa Jepang yang dari segi ketatabahasaan maupun konsep penggunaannya yang cukup rumit, peran *keigo* dalam masyarakat Jepang sangatlah besar, terutama di dunia kerja dimana didalamnya terdapat hubungan atasan dan bawahan. (Febrianty, Haryanti, Setiana, 2015).

Ada 3 jenis *keigo*, 尊敬語 *sonkeigo*, 謙讓語 *kenjougo* dan 丁寧語 *teineigo*. *Sonkeigo* adalah bahasa yang digunakan untuk menunjukkan rasa hormat kepada orang lain. *Kenjougo* adalah bahasa yang digunakan untuk merendahkan diri ketika berbicara tentang diri sendiri. *Teineigo* adalah kata dalam bahasa Jepang yang mencakup konsep bersikap sopan. (Wardinsky, 2016).

Dapat disimpulkan bahwa budaya dan etika bisnis diartikan pola pikir yang berpedoman kepada baik-buruknya moral yang berkaitan dengan tujuan untuk memuaskan keutuhan masyarakat dan dalam berinteraksi merupakan hal yang penting untuk membangun pondasi dalam dunia bisnis Jepang. Konsep inilah yang dilaksanakan dengan sebaik-baiknya oleh negara Jepang sehingga mereka mencapai keberhasilan dalam perekonomian yang menjadikan Jepang sebagai negara maju dan disegani negara yang lainnya.

2.2 Multimedia Pembelajaran

Richards (dalam Winarno dan Joyo, 2011) mendefinisikan media pembelajaran sebagai media yang digunakan dalam rancangan pembelajaran dan ditentukan dengan persyaratan dari isi tujuan dari metode pembelajaran.

Menurut Kasbolah (dalam Winarno dan Joyo, 2011) mengemukakan ada tiga jenis media pembelajaran, yaitu media audio, media visual, dan media audio visual. Media audio adalah media yang bisa didengarkan, sedangkan media visual adalah media yang bisa dilihat.

Media pembelajaran yang melibatkan indera penglihatan dan pendengaran dinamakan sebagai media audio visual.

Media pembelajaran merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi dalam dunia pendidikan, sehingga akan banyak sekali manfaat yang dapat diambil dari pemakaian media pembelajaran. Dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran adalah suatu alat yang mencakup semua materi yang mungkin digunakan pengajar untuk menerapkan pembelajaran dan memudahkan pencapaian tujuan dari pembelajaran itu sendiri melalui media.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup untuk mendapatkan hasil tanggapan responden mengenai materi media dan tampilan media. Responden dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa tingkat tiga Program Studi Sastra Jepang Unikom yang mengambil matakuliah *Japanese for Business* terdiri dari 19 orang. Untuk mengolah data yang didapat penulis menggunakan *Skala Likert*.

4. PEMBAHASAN

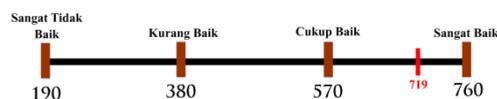
Dari hasil angket tertutup mengenai tanggapan responden terhadap materi dan tampilan media pembelajaran *E-JB* dengan kriterium maksimum 760 adalah untuk materi media sebanyak 94,7% menyatakan "Sangat Setuju" materi *Japanese for Business* yang terdapat dalam media pembelajaran *E-JB* sudah sesuai dan 5,3% menyatakan "Setuju".

Sebanyak 89,5% menyatakan “Sangat Setuju” jumlah latihan soal yang terdapat dalam media pembelajaran sudah cukup dan 10,5% menyatakan “Setuju”. Sebanyak 68,4% menyatakan “Sangat Setuju” tingkat kesulitan latihan soal yang terdapat dalam media pembelajaran *E-JB* termasuk mudah dan 31,6% menyatakan “Setuju”. Sebanyak 84,2% menyatakan setuju petunjuk pengoperasian dan cara menjawab latihan soal yang terdapat dalam media *E-JB* sudah mudah dipahami dan 15,8% menyatakan “Setuju”.

Untuk tampilan media sebanyak 73,7% menyatakan “Sangat Setuju” desain media pembelajaran *E-JB* sudah baik, 4 % menyatakan “Setuju”, dan 5,2% menyatakan “Tidak Setuju”. Sebanyak 73,7% menyatakan “Sangat Setuju” dengan ukuran teks secara keseluruhan yang digunakan pada media pembelajaran *E-JB* sudah baik dan 26,3% menyatakan “Setuju”. Sebanyak 78,9% menyatakan “Sangat Setuju” kemudahan tombol navigasi pada media pembelajaran *E-JB* sudah baik dan 21,1% menyatakan “Setuju”. Sebanyak 73,7% menyatakan “Sangat Setuju” efek suara pada media pembelajaran *E-JB* sudah baik, 21,1% menyatakan “Setuju” dan 5,2% menyatakan “Tidak Setuju”. Sebanyak 68,4% menyatakan “Sangat Setuju” suara penutur pada media pembelajaran *E-JB* sudah jelas dan sebanyak 31,6% menyatakan “Setuju”. Sebanyak 89,5% menyatakan “Sangat Setuju” bahwa media pembelajaran *E-JB* dapat dijadikan media untuk mempelajari

etika bisnis Jepang dan 10,5% menyatakan “Setuju”.

Setelah mengetahui hasil dari tanggapan responden penulis menentukan nilai ideal terlebih dahulu untuk menghitung hasil kuesioner tertutup. Nilai ideal yang diperoleh adalah $4 \times 10 \times 19 = 760$. Angka 4 sebagai jawaban tertinggi, 10 merupakan jumlah pertanyaan, dan 19 merupakan jumlah responden. Dari hasil penelitian diperoleh nilai rata-rata adalah 719, jika dimasukkan ke *rating scale* nilai 719 berada di antara *interval* sangat baik dan cukup baik, dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa media “E-JB” sebagai media pembelajaran *Japanese for Business* sudah baik. Berikut ini adalah *rating scale* dari kuesioner tertutup :



Gambar 1
Rating Scale kuesioner tertutup.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden setuju bahwa “E-JB” dapat dijadikan media pembelajaran *Japanese for Business*, dengan nilai rata-rata 719 masuk ke dalam *interval* cukup baik dan sangat baik dari segi materi media maupun tampilan media pada *rating scale*.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada baiknya apabila pembelajar menggunakan “E-JB” sebagai media pembelajaran untuk mempelajari *Japanese for Business*.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Fahmi, I. (2017). *ETIKA BISNIS Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung : Alfabeta
- Febrianty, F., Haryanti, P., Setiana, S.M. (2015). *Keigo Analisis Kesalahan Mahasiswa Dalam Penggunaan (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Program Studi/Jurusan Sastra/Bahasa Jepang Di Kota Bandung)*. [Online] Tersedia : <https://search.unikom.ac.id/index.php/jurnal-unikom/article/download/10/7>
- Joyo, R.D., Winarno, H.M.Y. (2011). *Intructional media*. [Online] Tersedia : <blob:https://pingpdf.+com/6d809e2f-e318-4ee5-9086-612e5f812ac0>[9 Januari 2018].
- Kurniati, E. (2018). *E-JB SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN JAPANESE FOR BUSINESS*. Bandung : Unikom, tidak dipublikasikan.
- Setiana, S.M. (2010). *Mengenal Budaya Jepang*. [Online] Tersedia : <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/661/jbptunikompp-gdl-sonimulyaw-33027-1-makalah-g.pdf> [20 Agustus 2018].
- Mulyadi, B. (2017). *Budaya Dan Etika Bisnis Masyarakat Jepang*. [Online] Tersedia : <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/kiryoku> [14 Januari 2018].
- Wardinsky, C. (2016). *Mind Your Manners! The Polite Learner's Guide to Japanese Keigo*. [Online] Tersedia : <https://www.fluentu.com/blog/japanese/japanese-keigo/> [4 Agustus 2018]
- GARIS Japan. "Daftar Perusahaan Jepang di Indonesia Data Berdasarkan Sensus Tahun 2006". [Online] Tersedia : <http://garis-04.tripod.com/id26.html>. [27 Januari 2018]