

## **BAB 2**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi Bahasa dalam Bisnis**

Menurut Fromkin dan Rodman (1988:3), manusia hidup dalam sebuah dunia bahasa. Aktifitas-aktifitas manusia seperti bekerja, belajar, berbicara, melakukan negoisasi bisnis atau aktifitas serupa, hampir seluruhnya menggunakan komunikasi bahasa. Di dalam bisnis yang berhubungan orang dan uang, komunikasi efektif menjadi syarat keberhasilan.

Goetsch dan Davis (2002:1—3) mengatakan bahwa dari begitu banyak keterampilan yang dibutuhkan oleh manajer dalam manajemen mutu total atau *Total Quality Management (TQM)*, keterampilan komunikasi adalah yang paling penting. Masing-masing unsur kunci dari konsep mutu total seperti; fokus pelanggan (baik pelanggan internal maupun eksternal), pelibatan dan pemberian wewenang total pada karyawan, kepemimpinan, kerja tim, pengambilan keputusan, pencegahan masalah, pemecahan masalah dan penyelesaian konflik, bergantung pada komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif disini juga menyangkut pengetahuan, sikap dan perilaku bahasa yang ditunjukkan dalam bahasa yang digunakan.

Bovee dan Thill (1995:104) dalam bukunya "*Business Communication Today*" menyatakan bahwa agar pesan bisnis yang akan disampaikan efektif, pebisnis harus membuat rancangan pesan yang disusun dan diorganisasikan secara baik, baik dalam melakukan komunikasi oral (mendengarkan, berbicara) maupun dalam komunikasi secara tertulis (menulis laporan atau membuat proposal).

Adapun beberapa langkah membuat pesan bisnis (*business message*) adalah sebagai berikut:

- (1) Merencanakan, di dalamnya terdapat proses-proses seperti menentukan tujuan, menganalisa *audience*, membuat ide pokok, memilih media yang akan digunakan.
- (2) Menyusun, meliputi proses-proses seperti mengorganisasikan dan memformulasikan pesan.
- (3) Merevisi, meliputi proses-proses seperti mengedit dan menulis pesan kembali.

Beberapa pertimbangan penting menurut Bovee dan Thill (1995:104), dalam proses penyusunan pesan bisnis ini adalah ejaan dan penggunaannya (*spelling and usage*) dan berpikir (*thinking*) sebagai pusat dari seluruh penyusunan dan pembuatan pesan.

Dalam buku "*The Essence of Effective Communication*" Ludlow dan Panton (1992:139) menyatakan bahwa diantara empat kemampuan dasar komunikasi yang harus dipelajari secara terus menerus adalah *listening, giving and receiving feedback* (mendengarkan, memberi dan menerima umpan balik). Bovee dan Thill (1995:569--570) mengatakan bahwa kemampuan mendengarkan adalah keahlian vital dalam bisnis (*the vital skill in business*). Proses mendengarkan melibatkan 5 (lima) aktifitas yang saling berhubungan, yaitu:

1. *Sensing* (mengerti secara mendalam), adalah mendengarkan pesan secara fisik dan membuat catatan. Proses ini harus terlepas dari pengaruh-pengaruh kebisingan, mendengarkan secara ganda dan terganggunya konsentrasi.
2. *Interpreting* (menguraikan dan menyerap isi pesan), dalam proses ini pebisnis harus menginterpretasi pesan yang didengar dan menghubungkannya dengan nilai-nilai, kepercayaan, ide, harapan kebutuhan. Oleh karena itu pendengar (pebisnis) harus secara tanggap menentukan apa

yang sebenarnya dimaksud oleh pembicara sehingga dapat memberikan jawaban atau tanggapan yang akurat.

3. *Evaluating* (mengevaluasi), adalah membentuk opini tentang pesan yang disampaikan.
4. *Remembering* (mengingat) adalah menyimpan pesan untuk digunakan sebagai referensi selanjutnya.
5. *Responding* (menanggapi) adalah bereaksi terhadap pemberi/penyampai pesan

Selanjutnya mengenai berbicara dinyatakan oleh Bovee dan Thill (1995: 568), sebagai berikut: “*because speaking is such an ingrained activity, we tend to do it without much thought, but that causal approach can be a problem in business*”. Ini menunjukkan bahwa berbicara menuntut pengetahuan dan sikap yang baik. Proses berbicara harus didahului oleh kegiatan berpikir yang menggeneralisasikan semua pengetahuan bahasa termasuk penyusunan maksud pembicaraan. Pertimbangan “*thinking*” atau berpikir sebagai faktor utama dari sebuah komunikasi yang akan dilakukan juga berlaku pada kemampuan menulis.

Komunikasi dalam bisnis tidak hanya diartikan sebagai penggunaan bahasa semata-mata, ini tampak pada keterangan gangguan berkomunikasi yang ternyata juga menyangkut aspek sikap seperti yang disampaikan oleh Fergus dan Panton (2002:12) sebagai berikut:

1. *Barriers to Reception* (gangguan penerimaan) yang meliputi:

- *Environmental stimuli* ( rangsangan lingkungan)
- *The receiver’s attitude and value* (sikap dan nilai penerima pesan)
- *The receiver’s need and expectations* (harapan dan kebutuhan penerima pesan)

## 2. *Barrier's to Understanding* (gangguan pemahaman)

- *Language, semantic problem* (bahasa, masalah arti kata).
- *The ability of the receiver to listen and receive message, especially which threaten his or her self concept* (kemampuan penerima pesan untuk mendengarkan dan menerima pesan terutama yang mengancam konsep diri mereka).
- *The length of communication* (panjangnya komunikasi).
- *Status effect* (efek status).

## 3. *Barriers to Acceptance*

- *Prejudices* (prasangka/praanggapan)
- *Interpersonal conflict between sender and receiver* (konflik antara pengirim dan penerima pesan).

Dari pendapat di atas, jelaslah bahwa walaupun secara luas pengertian berkomunikasi dalam perusahaan tidak hanya berkutat dalam masalah bahasa, namun sebuah komunikasi awalnya adalah penyampaian pesan yang hasil akhirnya adalah apakah pesan komunikasi itu dapat diterima dengan baik atau tidak, di mana dalam prosesnya menemui masalah-masalah di atas.

Tampak pula dalam pendapat di atas bahwa faktor internal pembicara atau penerima juga memegang peranan penting seperti *the receiver's attitude and value, and expectation*. Jelas disini bahwa berbahasa bukan hanya berkata-kata semata, aspek sikap juga turut memainkan peranan. Oleh karena itu satu cara untuk mengurangi efek dari gangguan ini menurut Fergus dan Panton (2002:12) adalah dengan memantau secara terus menerus komunikasi yang bahasa dilakukan dan mempelajari kesalahan-kesalahan yang terjadi.

Karyawan PT. Elang Express yang menjadi sampel penelitian ini adalah karyawan di semua lini di mana sebagian besar tugasnya harus berhubungan *customer* atau pelanggan sehingga diasumsikan akan mengalami pengalaman-pengalaman seputar problema komunikasi seperti tersebut di atas, yang pada akhirnya proses penyelesaiannya bukan hanya berkait pada pengetahuan tetapi menyangkut sikap dan perilaku terhadap pelanggan.

## 2.2 Pengetahuan Berbahasa

Fromkin dan Rodman (1998:3—21) mengatakan bahwa pengetahuan bahasa (*language knowledge*) terdiri dari :

1. Pengetahuan tentang bunyi (*knowledge of sound system*)
2. Pengetahuan arti kata (*knowledge of the meaning of words*)
3. Pengetahuan kalimat dan non kalimat (*knowledge of sentences and non sentences*).

Pengetahuan bunyi (*knowledge of sound system*) adalah pengetahuan tentang bunyi yang termasuk ataupun yang tidak termasuk bunyi bahasa dalam sebuah bahasa. Posisi bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional dimana negara-negara pemakai umumnya mempunyai bahasa nasional sendiri disamping bahasa-bahasa daerah yang dipakai oleh suku-suku atau kelompok-kelompok masyarakat, memungkinkan terjadinya kesalahan bunyi tertentu. Di dalam pembicaraan bisnis kesalahan-kesalahan ini tidak dapat diabaikan. Pengetahuan bunyi ini terasa sangat diperlukan ketika pembicara berhadapan dengan penutur asli. Komunikasi bisnis di era global mensyaratkan kecepatan dan ketepatan pemahaman, sehingga pengetahuan bunyi bahasa harus dikuasai pelaku bisnis.

Lebih lanjut Fromkin dan Rodman (1988:4) mengatakan bahwa pengetahuan tentang bunyi bahasa ini akan menyangkut pengetahuan arti kata, pembentukan kata dan pengetahuan tata bahasa. Ketiga pengetahuan ini adalah syarat komunikasi bahasa yang efektif sehingga ada kejelasan ide, susunan kalimat yang baik dan pemilihan kata yang tepat.

### 2.3 Sikap Berbahasa

Sebelum membahas pengertian sikap berbahasa perlu dikemukakan disini pengertian sikap secara umum. Anastasi (1965:541) mendefinisikan sikap sebagai berikut :

“An attitude is often defined as a tendency to react favourable or unfavourable toward a designated class of stimuli, such as a rational or racial group, a custom, or an institution. It is evident that, when so defined, attitude cannot be directly observed, but must be inferred from behavior, both verbal and non verbal”.

Kesimpulan definisi ini mengartikan sikap sebagai kecenderungan menyenangkan atau tidak menyenangkan sekumpulan stimulus yang dihadapkan pada individu. Bila dirumuskan lebih jelas, manifestasi sikap tidak dapat langsung diamati tetapi harus diterjemahkan melalui tingkah laku tampak, baik yang verbal maupun non verbal.

Lebih jauh Krech, Crutfield dan Ballachey (1962:140) yang melihat sikap sebagai suatu sistem mengatakan bahwa sikap mengandung tiga komponen yaitu komponen kognisi, *feeling* (afeksi) dan *action tendency* (kecenderungan bertindak) atau yang menurut istilah Azwar (2002:3) disebut dengan komponen kognitif, afektif dan konatif.

Sikap adalah organisasi kognisi yang mempunyai valensi yaitu menerima atau menolak stimulus (Drever, 1988:508), yang akhirnya terintegrasi pada pola yang lebih luas. Dengan demikian individu mungkin akan mengarahkan sebagian besar

tingkah lakunya ke suatu inti yang terdiri dari atas keyakinan keagamaan atau nilai tertentu (Krech, *et al*, 1962, dan Drever, 1988).

Sumarsono dan Partana (2002:357—359) menyimpulkan beberapa pendapat pakar psikologi seperti Allport, Agheysi dan Fishman, mengenai 3 (tiga) komponen sikap sebagai berikut :

- 1) Komponen Kognitif menyangkut pengetahuan mengenai alam sekitar dan gagasan yang biasanya merupakan kategori.
- 2) Komponen Afektif menyangkut perasaan atau emosi yang mewarnai atau menjiwai pengetahuan atau gagasan yang terdapat dalam komponen kognitif. Komponen ini menyangkut nilai “baik atau tidak baik”, “senang atau tidak senang”. Rasa baik atau senang menunjukkan sikap positif dan sebaliknya rasa tidak senang dan tidak baik menunjukkan sikap negatif.
- 3) Komponen Konatif, yaitu menyangkut kecenderungan seseorang untuk berbuat atau bereaksi dengan cara tertentu.

Menurut Anderson (dalam Sumarsono dan Pantana, 2002:362) dalam bahasa terdapat sikap bahasa yang diartikan sebagai tata keyakinan yang relatif berjangka panjang mengenai bahasa tertentu dan objek bahasa yang memberikan kecenderungan kepada seseorang untuk bereaksi dengan cara tertentu.

Pengertian sikap bahasa ditandai oleh sejumlah ciri. Dittmar (dalam Sumarsono dan Partana, 2002:363) mengatakan bahwa sikap bahasa ditandai oleh beberapa ciri yaitu (1) pemilihan bahasa dalam masyarakat multilingual, (2) distribusi perbendaharaan bahasa, (3) perbedaan-perbedaan dialektikal dan (4) problema yang timbul akibat adanya interaksi antara individu. Karyawan-karyawan Indonesia adalah masyarakat multilingual, mengingat digunakannya bahasa Inggris di tengah-tengah bahasa Indonesia dan bahasa daerah yang beragam. Keadaan ini

memungkinkan seorang karyawan memiliki bahasa tertentu yang disukai dan sesuai dengan bahasa yang dipakai dalam komunitas tersebut, yang memungkinkan mereka bergaul dan berbahasa secara efektif, atau malah hanya mementingkan faset-faset kemengertian semata tanpa memperdulikan kaidah bahasa yang benar. Hal ini sesuai pendapat Dittmar yang mengatakan bahwa dalam masyarakat multilingual sikap bahasa seseorang ditentukan oleh beberapa faktor yaitu topik pembicaraan (pokok masalah yang dibicarakan) kelas sosial masyarakat pemakai, kelompok umur, jenis kelamin dan situasi pemakaian.

Sikap positif bahasa tampak pada kebakuan pemakaian bahasa, yang mengatasi dialek-dialek, menggunakan bahasa secara santun, cermat, terpelihara, jelas, baik mengenai ketepatan pilihan kata maupun kebakuan kaidah gramatikal, serta keruntutan jalan pikirannya.

Kesetiaan bahasa (*language loyalty*) sebagaimana nasionalisme adalah daya ide yang mengisi hati manusia dengan pikiran-pikiran dan sistem, dan mengendalikan manusia untuk menerjemahkan kesadarannya dalam tingkah laku berpola (Weinrich, 1974 dalam Sumarsono dan Partana, 2002:365). Rumusan ini menunjukkan bahwa bahasa yang mengandung aspek dan emosi sangat menentukan bentuk tingkah laku berbahasa.

Dari rumusan-rumusan di atas maka yang dimaksud sikap bahasa dalam penelitian ini adalah persepsi (setuju/tidak setuju), afeksi (senang/tidak senang), dan konasi (kecenderungan bertindak) terhadap bahasa Inggris. Ciri-ciri sikap bahasa seperti pemilihan bahasa dan ciri-ciri pokok sikap bahasa yaitu kesetiaan bahasa (*language loyalty*), kebanggaan bahasa (*language pride*) dan kesadaran akan norma bahasa, dipakai sebagai butir-butir pertanyaan dalam kuesioner.

## 2.4 Perilaku Berbahasa.

Terdapat banyak pengertian mengenai perilaku, salah satunya adalah menurut Sarwono (1993:1—3) yang mengatakan bahwa perilaku manusia mencakup seluruh hasil segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya baik yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan.

Secara lebih khusus, perilaku manusia diartikan sebagai suatu aktivitas seperti berjalan, berbicara, bereaksi, berpakaian, berpikir yang dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung (Notoatmodjo, 1996:118). Pendapat ini mengartikan bahwa hanya tindakan atau aktifitas yang sebenarnya disebut sebagai perilaku. Oleh karena itu perilaku berbahasa adalah aktivitas karyawan seperti: berbicara (berbicara dengan pelanggan, teman sekerja atau dengan atasan/bawahan), menulis (menulis laporan kerja/makalah), mendengarkan (mendengarkan keluhan pelanggan, mendengarkan perintah atasan).

Carlson dan Buskit (1997:8) mengatakan bahwa perilaku ini dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan turunan, artinya dalam berbahasa, kemampuan seorang karyawan akan ditunjang oleh keadaan dalam lingkungan kerjanya, keluarga dan masyarakatnya.

Di dalam menerangkan bahwa perilaku ini juga dipengaruhi dan distimulasi oleh faktor lain, hal ini bisa ditinjau dari teori motivasi. Di dalam berperilaku, manusia didorong oleh sejumlah motivasi. Ini bisa dibahas dari satu definisi motivasi seperti yang disampaikan oleh Buck (1988:5) yang mengatakan bahwa motivasi adalah kontrol perilaku, suatu proses di mana secara aktif dan pasif motivasi mengarahkan manusia atau individu pada tujuan-tujuan yang dapat ditentukan, dan kinerja adalah salah satu motivasi yang bisa mendorong karyawan untuk berperilaku bahasa yang baik.

## 2.5 Kinerja

Bernardin dan Russel (dalam Ruky, 2001:15) memberikan pengertian *performance* atau kinerja sebagai berikut : *'Performance is defined as the record of outcomes produced on a specified job function or activity during time period'*.

Prestasi atau kinerja adalah catatan tentang hasil-hasil yang diperoleh dari fungsi-fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan selama kurun waktu tertentu. Terdapat beberapa indikator kinerja yang biasanya dinilai untuk mengungkapkan kinerja karyawan. Martoyo (1998:89—90) mengatakan bahwa di dalam penilaian kinerja belum ada kesepakatan tentang objek penilaian atau indikator-indikator yang dinilai dalam penentuan kinerja. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan jabatan. Kinerja seseorang tidak lepas dari adanya dukungan sarana yang memadai dan lingkungan kerja yang kondusif.

Menurut Schuler dan Jackson (1999:11—12) kriteria kinerja yang dinilai adalah meliputi hal-hal berikut:

### 1. Kriteria berdasarkan sifat

Yaitu kriteria yang memusatkan pada karakteristik pribadi seorang karyawan seperti loyalitas, keandalan, kemampuan berkomunikasi dan keterampilan memimpin. Jenis kriteria ini memusatkan pada bagaimana seseorang, bukan pada apa yang dicapainya.

### 2. Kriteria berdasarkan perilaku

Yaitu kriteria yang memusatkan pada bagaimana pekerjaan dilaksanakan. Di dalam hubungannya dengan citra perusahaan maka kriteria keperilakuan terbukti bermanfaat untuk meninjau kinerja karyawan dengan disusunnya sejumlah perilaku tertentu yang harus diikuti.

### 3. Kriteria berdasarkan hasil

Yaitu kriteria yang berfokus pada hasil yang dicapai ketimbang bagaimana pekerjaan itu dihasilkan.

Bila diperhatikan tampak bahwa masing-masing dari kriteria di atas mempunyai sisi kekuatan dan kelemahan, oleh karena itu adakalanya perusahaan mengadaptasi atau membuat format penilaian karyawannya sesuai dengan keadaan perusahaan dan *job description* (deskripsi tugas) masing-masing karyawan.

Penilaian terhadap kinerja karyawan ini menurut Schuler dan Jackson (1999:19) biasanya dinyatakan dalam kalimat-kalimat yang representatif dengan tingkatan persetujuan, dimana setiap butir dinilai dengan 1 sampai 7. Dalam penelitian ini peneliti memodifikasi dengan nilai 0 sampai 4 untuk menyesuaikan dengan skala Likert 0 sampai 4 yang digunakan pada kuesioner sub-sub variabel yang lain. Penilaian terhadap kinerja karyawan PT. Elang Express juga menyangkut ketiga kriteria di atas.

## **2.6 Hubungan antara Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Berbahasa Inggris dengan Kinerja.**

Proses berbahasa Inggris seluruhnya diawali dengan pertimbangan berpikir (*thinking*). Ciri-ciri sikap bahasa yang salah satunya adalah kesadaran akan norma bahasa (aturan-aturan dalam bahasa) akhirnya menyangkut pengetahuan bahasa, serta manifestasi sikap yang tidak dapat secara langsung diamati tapi harus diterjemahkan dalam tingkah laku tampak, mengasumsikan ketiga hal tersebut berhubungan. Bentuk hubungan seperti ini adalah modifikasi dari teori *KAP* (*knowledge, attitude and practice*) (Sarwono, 1993:1—2). Di dalam komunikasi bisnis kemampuan berbahasa Inggris adalah hal penting yang seharusnya dimiliki karyawan. Oleh karena itu diasumsikan pula bahwa kemampuan berbahasa Inggris

ini akan berhubungan dengan kinerja, namun dalam realitas bisnis hal ini memerlukan bukti untuk menyatakan ada tidaknya hubungan tersebut.