

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan suatu negara dalam bidang industri, pendidikan, ekonomi, dan yang lainnya, tidak pernah lepas dari kemajuan budaya atau pola sikap masyarakatnya. Budaya masyarakat yang baik akan menghasilkan sesuatu yang baik, sedangkan budaya masyarakat yang buruk akan menghasilkan sesuatu yang buruk. Sebagai contoh, dalam perusahaan budaya tepat waktu akan secara langsung meningkatkan efisiensi kerja, sehingga keuntungan perusahaan pun dapat berlipat ganda. Sebaliknya, budaya tidak terpuji seperti tidak datang tepat waktu yang akan mengakibatkan pekerjaan menjadi tertunda.

Jepang adalah salah satu negara yang berhasil mencapai kesuksesan di segala lini kehidupan dengan berlandaskan pada keapikan budaya dan kebiasaan masyarakatnya. Kemajuan teknologi dan industri yang dicapai Jepang saat ini tidak lain merupakan hasil dari kerja sama masyarakat Jepang dengan negaranya. Tidak ada yang memungkiri bahwa kerja keras merupakan kata kunci untuk meraih kesuksesan. Sebaliknya, malas bekerja merupakan penyebab seseorang mengalami kegagalan. Begitu juga dengan orang Jepang, mereka meyakini bahwa untuk meraih kesuksesan memerlukan kerja keras dan ketekunan.

Sikap patriotisme bagi bangsa Jepang juga menjadi salah satu faktor yang membantu keberhasilan ekonomi negaranya. Bangsa Jepang bangga menggunakan produk buatan negeri sendiri. Selain itu, di mana saja mereka berada bangsa Jepang selalu mempertahankan identitas dan jati diri mereka. Mereka mempromosikan produk buatan Jepang ke seluruh dunia dari makanan, teknologi, sampai tradisi dan budaya (Fadhli, 2007:103).

Jepang juga merupakan bangsa yang mendapatkan nilai lebih di mata dunia, sebagai bangsa yang pernah jatuh pada titik nol akibat perang kemudian bangkit dan berjalan dengan sangat tertatih. Setelah bom atom Amerika meledakkan jantung kota Jepang pada tahun 1945, semua pakar ekonomi saat itu memastikan Jepang akan segera mengalami kebangkrutan. Namun bagi Jepang, tidak

membutuhkan waktu lama untuk kembali menyusul ketertinggalannya. Dalam kurun waktu kurang dari 20 tahun, Jepang ternyata mampu bangkit dan bahkan menyaingi perekonomian negara yang menyerangnya (Fadhli, 2007:99).

Dengan semangat perubahan yang telah tertanam, Jepang kembali belajar untuk bangkit. Bangsa Jepang tidak pernah menyerah dengan segala kekurangan dan kelemahan pada diri mereka. Menurut mereka, kekalahan dapat ditebus dengan kemenangan dan keberhasilan dalam bidang lain. Meskipun sumber alamnya sedikit, terancam gempa bumi dan angin topan, namun mereka menggunakan segala potensi yang ada untuk membangun negara agar sebanding dengan negara yang kaya dengan sumber alam. Orang Jepang cepat dan tanggap dalam bertindak. Selain itu mereka tidak menunggu peluang datang, tetapi mencari dan menciptakan sendiri peluang tersebut. Orang Jepang mau belajar keras dan sungguh-sungguh seumur hidup. Belajar dari siapapun, apapun dan di manapun. Ini merupakan bentuk semangat mencari sesuatu yang baru. Mereka juga senang mengikuti pendidikan-pendidikan di luar pendidikan formal sehingga perkembangan dan kemajuan perekonomian Jepang, semua diperoleh dari hasil kesungguhan, disiplin ketat, usaha dan semangat kerja keras rakyatnya. Dalam urusan pekerjaan, orang Jepang memegang teguh prinsip tepat waktu, khususnya dalam segala sektor. Kedua bagian ini menjadi dasar kemakmuran ekonomi yang dicapai Jepang sampai saat ini. Ekonomi berkembang baik sehingga tingkat kesejahteraan hidup meningkat, rakyat pun menikmati hasil pembangunan negaranya.

Keberhasilan yang diraih dalam bentuk apapun oleh negara Jepang, pasti melewati proses yang bertahap untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Bangsa Jepang sangat mementingkan proses dalam bekerja daripada hasil yang mereka dapatkan. Oleh karena itu bangsa Jepang meyakini bahwa apa yang mereka kerjakan melalui proses yang baik, maka akan membuahkan hasil yang baik pula. Bangsa Jepang menganut berbagai macam kebudayaan yang diyakini dapat menjadi proses dalam meraih apa yang mereka inginkan, terlebih dalam hal pekerjaan.

Pada dasarnya, budaya kerja orang Jepang tidak jauh berbeda dengan bangsa Asia lainnya. Jika mereka disebut pekerja keras, maka bangsa Cina, Korea dan bangsa Asia lainnya juga pekerja keras. Namun salah satu yang membedakan

bangsa Jepang dengan bangsa Asia lainnya adalah orang Jepang sanggup berkorban dengan bekerja lembur tanpa mengharap bayaran. Mereka merasa lebih dihargai jika diberikan tugas pekerjaan yang berat dan menantang. Di Jepang, orang yang pulang kerja lebih cepat akan dinilai negatif, yaitu dianggap sebagai pekerja yang tidak penting, malas dan tidak produktif. Bahkan istri orang Jepang lebih bangga bila suami mereka gila kerja, sebab hal itu juga merupakan tanda suatu status sosial yang tinggi. Jadi, ukuran nilai dan status orang Jepang didasarkan pada disiplin kerja dan jumlah waktu yang dihabiskannya di tempat kerja. Bagi mereka, jika hasil produksi meningkat dan perusahaan mendapat keuntungan besar, secara otomatis mereka akan mendapatkan balasan yang sesuai (Suwondo, 2014:41-44).

Kebudayaan sendiri merupakan semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat. Karya masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan, yang diperlukan oleh masyarakat untuk menguasai alam di sekitarnya, agar kekuatan serta hasilnya dapat diabdikan untuk keperluan masyarakat. Rasa meliputi jiwa manusia dalam mewujudkan segala norma dan nilai kemasyarakatan, untuk mengatur berbagai masalah kemasyarakatan dalam arti yang luas, seperti keyakinan, ideologi maupun kepercayaan. Cipta merupakan kemampuan mental, kemampuan berpikir dari manusia yang hidup bermasyarakat, yang antara lain menghasilkan filsafat serta ilmu pengetahuan, baik yang berwujud teori murni maupun yang telah disusun untuk dapat diamalkan dalam kehidupan bermasyarakat (Soemardjan, 2014:7).

Keberhasilan Jepang selalu dikaitkan dengan sistem perdagangan yang berbasis budaya dan tradisinya. Walaupun sebesar dan sehebat apapun perusahaan itu, tradisi dan budaya mereka dalam bekerja tetap terpelihara. Ada banyak perusahaan raksasa Jepang yang dikenal sebagai *Sogo-Shosha* (perusahaan konglomerat, yang memiliki berbagai bidang bisnis), seperti *Mitsubishi Shoji*, *Mitsui Bussan*, *Marubeni*, *C. Itoh*, *Sumitomo Shoji*, *Nissho-Iwai*, *Toyo-Menka* dan *Kanematsu Ghoso* yang menggunakan sistem yang agak konservatif dalam bisnis mereka. Perusahaan-perusahaan itu mempunyai sejarah bisnis yang cukup lama dan beberapa di antaranya didirikan lebih dari 100 tahun yang lalu. Setiap pekerja

dianggap sebagai bagian dari perusahaan. Mereka bukan bekerja untuk perusahaan, melainkan sama-sama membangun perusahaan (Seng, 2007:44).

Setiap perusahaan pasti mempunyai organisasi di dalamnya yang berperan penting dalam membantu memajukan suatu perusahaan, dan dalam mengarahkan pelaksanaan operasional yang akan menentukan keadaan perusahaan ke depannya. Salah satu upaya dalam menjalankan organisasi adalah dengan cara menerapkan komunikasi yang baik dalam berorganisasi. Komunikasi yang baik sangat penting bagi semua bagian dalam organisasi. Oleh karena itu para pelaku komunikasi dalam suatu organisasi perusahaan sebaiknya berusaha sebaik mungkin untuk menyempurnakan kemampuan dalam berkomunikasi. Pengembangan sumber daya manusia, jadwal pekerjaan atau target pekerjaan serta detail dan teliti dalam suatu organisasi juga merupakan bagian dalam menjalankan sebuah perusahaan.

Dalam menjalankan suatu perusahaan bukan hanya peran budaya dan cara bekerja saja yang penting tetapi komunikasipun sangat penting baik dalam bekerja maupun berorganisasi. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dengan berinteraksi satu sama lain, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan di rumah, di pasar, di tempat kerja, dalam masyarakat atau di mana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia dapat dilihat dari hasil persentase bahwa waktu yang digunakan dalam proses komunikasi sangatlah besar, berkisar 75% sampai 90% dari waktu kegiatan kita. Waktu yang digunakan dalam proses komunikasi tersebut 5% digunakan untuk menulis, 10% untuk membaca, 35% untuk berbicara, dan 50% untuk mendengar (Suprpto, 2006:1).

Komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi perusahaan yang menjadi wadah bekerja. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu pekerjaan dapat berjalan dengan lancar dan berhasil begitu pula sebaliknya. Kurang atau tidak adanya komunikasi dalam bekerja akan berdampak tidak baik pada organisasi itu sendiri. Seperti terjadinya kesalahan, kecelakaan, malas melapor, mencari atau memberi informasi dan sungkan untuk berdiskusi dalam bekerja. Komunikasi yang efektif sangat penting dalam segala aspek begitu pula dalam menjalankan suatu organisasi.

Salah satu dari budaya kerja Jepang yang berkaitan dengan komunikasi yaitu *hourensou*. *Hourensou* merupakan istilah dalam dunia kerja di Jepang yang terdiri dari tiga kata, yaitu 報告 yang artinya melapor, 連絡 yang artinya memberitahu atau kontak, 相談 yang artinya diskusi atau konsultasi. *Hourensou* adalah sebuah sistem yang harus dijalankan secara optimal. Artinya, fungsi *houkoku* (pelaporan) tidak akan optimal jika *renraku* (pemberitahuan) tidak dijalankan, *renraku* tidak akan optimal jika *soudan* (diskusi) tidak dilaksanakan, demikian pula sebaliknya. Ketiga unsur ini adalah satu kesatuan yang saling melengkapi satu sama lain. Oleh karena itu, banyak perusahaan Jepang yang hingga sampai saat ini menerapkan budaya *hourensou* sebagai salah satu sistem untuk berkomunikasi dalam berkerja terlebih lagi dalam menyampaikan sesuatu. (Kurniawan, 2013:65).

*Hourensou* adalah dasar untuk memajukan pekerjaan dan setiap tempat kerja membutuhkan kemampuan berkomunikasi. Meskipun demikian, banyak pekerja bisnis menyalahartikan bahwa semua berjalan dari manajemen bawah ke manajemen atas. Tidak seperti itu, *hourensou* adalah komunikasi dua arah yang dibutuhkan manajemen bawah dan manajemen atas, maupun sesama rekan kerja. Maka dari itu *hourensou* merupakan salah satu budaya kerja Jepang yang berperan penting untuk jalannya suatu komunikasi dalam organisasi. *Hourensou* juga bermanfaat dalam mengarahkan komunikasi di organisasi agar lebih teratur dan juga memperkecil terjadinya kesalahpahaman dalam berkerja (Yamaguchi, 2007:14).

Komunikasi dan budaya tidak dapat dipisahkan, walaupun komunikasi dan kebudayaan adalah dua hal yang berbeda. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan di antara para pelaku komunikasi dengan tujuan untuk saling memahami satu sama lain, sedangkan budaya atau kebudayaan dapat dikatakan sebagai cara berperilaku suatu komunitas masyarakat secara berkesinambungan. Namun demikian, komunikasi dan kebudayaan keberadaannya saling berkaitan. Suatu budaya dapat bertahan dan diwariskan kepada generasi penerus melalui proses komunikasi (Shoelhi, 2015:39).

Budaya kerja pada suatu perusahaan, biasanya akan bersifat berkelanjutan sampai kapanpun perusahaan itu berdiri. Budaya perusahaan dapat membantu perusahaan meraih sukses yang diinginkannya. Untuk dapat memanfaatkan budaya perusahaan dengan maksimal, perusahaan perlu menanamkan nilai yang sama pada setiap karyawannya. Kebersamaan dalam menganut budaya atau nilai yang sama menciptakan rasa kesatuan dan percaya dari masing-masing karyawan. Bila hal itu telah terjadi maka akan tercipta lingkungan kerja yang baik dan sehat. Lingkungan seperti itu dapat membangun kreativitas dan komitmen yang tinggi dari para karyawan sehingga pada akhirnya mereka mampu memperbaiki kinerja serta mengakomodasi berbagai perubahan dalam organisasi ke arah yang positif (Gea, 2005:145).

Dengan semua capaian bangsa Jepang, Jepang menjadi negara yang banyak diperbincangkan negara tetangga dengan pertanyaan bagaimana cara Jepang dalam menata suatu organisasi perusahaan agar bisa berjalan dengan baik. Yaitu dengan menerapkan *hourensou* sebagai sistem dalam berkomunikasi di dalam organisasi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai budaya *hourensou* sebagai sistem komunikasi masyarakat Jepang dalam organisasi perusahaan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis paparkan di atas, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Budaya *hourensou* merupakan sistem komunikasi masyarakat Jepang dalam organisasi perusahaan yang dapat membantu jalannya komunikasi.
2. Manfaat budaya kerja *hourensou* di antaranya adalah meningkatkan dan menghindari kesalahpahaman dalam berkomunikasi.
3. Pentingnya komunikasi dalam berorganisasi adalah untuk menghindari kesalahpahaman dalam mencapai tujuan.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi pembahasan pada budaya *hourensou* sebagai pola komunikasi masyarakat Jepang dalam organisasi perusahaan.

### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah sistem komunikasi masyarakat Jepang dalam berorganisasi di perusahaan melalui budaya *hourenso*?
2. Dampak-dampak apakah yang akan terjadi dengan diterapkannya budaya kerja *hourensou* dalam organisasi perusahaan?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penulis bertujuan untuk:

1. Mengetahui sistem komunikasi masyarakat Jepang dalam organisasi perusahaan melalui budaya *hourensou*.
2. Mengetahui dampak-dampak yang akan terjadi dengan diterapkannya budaya *hourensou* dalam organisasi perusahaan.

### 1.6 Landasan Teori

#### 1.6.1 Budaya

Budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok manusia yang diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, karya seni, bangunan, pakaian serta berbagai faktor lainnya (Suwondo, 2014:3)

Budaya adalah keseluruhan dari pengetahuan, sikap, dan pola perilaku yang merupakan kebiasaan yang dimiliki dan diwariskan oleh anggota suatu masyarakat tertentu (Ralph Linton, 1940:53).

Kebudayaan merupakan semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat. Karya masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan, yang diperlukan

oleh masyarakat untuk menguasai alam di sekitarnya, agar kekuatan serta hasilnya dapat diabdikan untuk keperluan masyarakat. Rasa meliputi jiwa manusia dalam mewujudkan segala norma dan nilai kemasyarakatan, untuk mengatur berbagai masalah kemasyarakatan dalam arti yang luas, seperti keyakinan, ideologi maupun kepercayaan. Cipta merupakan kemampuan mental, kemampuan berpikir dari manusia yang hidup bermasyarakat, yang antara lain menghasilkan filsafat serta ilmu pengetahuan, baik yang berwujud teori murni maupun yang telah disusun untuk dapat diamalkan dalam kehidupan bermasyarakat (Soemardjan, 2014:7).

Menurut uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa budaya adalah suatu kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, pengetahuan dan karya yang dimiliki oleh manusia dan diwariskan kepada anggota masyarakat selanjutnya untuk dijaga kelestariannya. Semakin berkembangnya zaman maka kebudayaan yang baru juga akan datang tugas kita adalah menjaga dan melestarikan kebudayaan lama agar tidak hilang begitu saja.

### **1.6.2 Budaya Kerja**

Budaya kerja merupakan suatu falsafah dengan didasari pandangan hidup sebagai nilai-nilai yang menjadi sifat, kebiasaan dan juga pendorong, yang dibudayakan dalam suatu kelompok dan tercermin dalam sikap menjadi perilaku, cita-cita, pendapat, pandangan serta tindakan yang terwujud sebagai kerja (Supriyadi, 2014:20).

Budaya kerja merupakan kebiasaan yang dilakukan berulang-ulang oleh pegawai dalam suatu organisasi, pelanggaran terhadap kebiasaan ini memang tidak ada sanksi tega, namun dari pelaku organisasi secara moral telah menyepakati bahwa kebiasaan tersebut merupakan kebiasaan yang harus ditaati dalam rangka pelaksanaan pekerjaan untuk mencapai tujuan (Hadari, 2014:20)

Budaya kerja secara umum merupakan sekumpulan pola perilaku yang melekat secara keseluruhan pada setiap individu dalam suatu organisasi atau perusahaan. Membangun budaya kerja berarti juga meningkatkan dan mempertahankan sisi-sisi positif, serta berupaya membiasakan pola perilaku



tertentu agar tercipta suatu bentuk baru yang lebih baik, yang terwujud dalam bentuk ekspresi kerja yang dilakukan (Suwondo, 2014:19)

Menurut pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa budaya kerja dalam organisasi atau perusahaan menunjukkan bagaimana nilai-nilai organisasi atau perusahaan dipelajari, dengan cara ditanamkan dan diterapkan berkali-kali agar masyarakat dapat mengamati dan menjalankannya.

### 1.6.3 Budaya kerja *Hourensou*

*Hourensou* merupakan sebuah sistem yang harus dijalankan secara optimal. Artinya, fungsi *houkoku* (pelaporan) tidak akan optimal jika *renraku* (pemberitahuan) tidak dijalankan, *renraku* tidak akan optimal jika *soudan* (diskusi) tidak dilaksanakan, demikian pula sebaliknya. Ketiga unsur ini adalah satu kesatuan yang saling melengkapi satu sama lain (Enjinia, 2013:65).

*Hourensou* merupakan fitur dasar organisasi Jepang. *Hou-ren-sou* sebuah kombinasi dari tiga kata yang berbeda di Jepang *houkoku* adalah melaporkan, *renraku* adalah menginformasikan dan *soudan* adalah konsultasi atau diskusi (Miroshnik, 2009:140).

*Hourensou* merupakan dasar untuk memajukan pekerjaan dan setiap tempat kerja membutuhkan kemampuan berkomunikasi. Meskipun begitu, banyak pekerja bisnis menyalahartikan bahwa semua berjalan dari manajemen bawah ke manajemen atas. Tidak seperti itu, *hourensou* adalah komunikasi dua arah yang dibutuhkan manajemen bawah dan manajemen atas, maupun sesama rekan kerja (Yamaguchi, 2008:14).

Menurut uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa *hourensou* adalah bentuk komunikasi yang ada pada budaya Jepang sebagai sistem dalam mengatur komunikasi agar lebih terarah dalam menyampaikan pesan kepada orang yang dituju dalam sebuah organisasi.

### 1.6.4 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan suatu arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Khan

organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungan dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan (Ardial, 2007:65)

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang di dalamnya termasuk komunikasi internal, komunikasi atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatannya dalam organisasi, keterampilan dalam berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan serta menulis (Sanborn, 2007:65)

Menurut uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah bentuk penyampaian pesan dalam suatu organisasi baik dari atasan kepada bawahan, dari bawahan kepada atasan, maupun antar para pekerja agar dapat mencapai tujuan dalam organisasi tersebut.

### **1.7 Metode Penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan cara pengumpulan data kepustakaan. Referensi utama penelitian ini adalah buku yang berjudul "*Practical Communication Skill*", karangan Johnson Alvonco, Ph.D. Sebagai data penunjang yang digunakan oleh penulis diambil dari Perpustakaan Universitas Darma Persada, Universitas Indonesia, Perpustakaan Nasional, Perpustakaan Japan Foundation dan beberapa data yang diambil dari penelusuran internet dan juga *e-book*.

### **1.8 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

#### **1.8.1 Untuk peneliti**

- a. Mengetahui budaya kerja *hourensou*.
- b. Menambah pengetahuan tentang komunikasi dalam berorganisasi.
- c. Mengetahui manfaat dari budaya kerja *hourensou*.

### 1.8.2 Untuk Universitas Darma Persada

- a. Penelitian tugas akhir ini diharapkan dapat menambah koleksi di perpustakaan Universitas Darma Persada.
- b. Menjadi referensi untuk mahasiswa-mahasiswi Universitas Darma Persada di tahun yang akan datang dalam penelitiannya tentang budaya kerja *hourensou* sebagai pola komunikasi dalam berorganisasi.

### 1.8.3 Untuk masyarakat umum

Memberikan informasi kepada masyarakat umum tentang budaya kerja *hourensou* sebagai pola komunikasi dalam berorganisasi.

## 1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disajikan ke dalam empat bab. Empat bab tersebut adalah bab I untuk pendahuluan, bab II dan bab III untuk pembahasan, dan bab IV untuk kesimpulan.

Bab I, pendahuluan, berisi tentang penjelasan mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, berisi tentang penjelasan atau gambaran umum mengenai budaya kerja *hourensou* dan komunikasi dalam berorganisasi.

Bab III, berisi penjelasan tentang budaya *hourensou* sebagai sistem komunikasi masyarakat Jepang dalam organisasi perusahaan.

Bab IV, berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.