

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa Jepang adalah salah satu bahasa yang banyak diminati oleh masyarakat di dunia termasuk di Indonesia. Pendidikan bahasa Jepang di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, Indonesia juga merupakan salah satu negara di dunia yang tidak sedikit masyarakatnya yang mempelajari berbagai bahasa asing salah satunya bahasa Jepang. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa kemungkinan salah satunya banyak perusahaan Jepang di Indonesia dan kerjasama yang dilakukan antara Indonesia dan Jepang dari berbagai sektor diantaranya: Jasa, infrastruktur, dan manufaktur. Berdasarkan data BKPM (2020) menyatakan bahwa “Indonesia Investment Promotion Center Badan Koordinasi Penanaman Modal (IIPC BKPM) di Tokyo, Jepang melaporkan realisasi investasi Jepang ke Indonesia 2014-2019 mencapai US\$ 25,2 miliar atau senilai Rp 365,4 triliun. Dengan akumulasi tersebut, dalam periode 2014-2019, investasi Jepang selalu bertengger di posisi kedua terbesar setelah Singapura.

Kini sudah ada 1.700 perusahaan Jepang yang bergerak di sektor manufaktur dan non manufaktur yang berkembang di Indonesia (Sumber: Jetro, 2020). Selain itu menurut Kemenperin, (2012) mengatakan bahwa Indonesia merupakan pasar otomotif terbesar di Asia Tenggara. Kondisi tersebut menimbulkan kebutuhan akan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dalam mengerti bahasa dan budaya Jepang, dan inipun yang menjadi salah satu faktor pendorong berkembangnya pendidikan bahasa Jepang di Indonesia.

Hubungan budaya antara Jepang dan Indonesia sudah berlangsung sejak lama dan saat ini ada banyak sekali orang Indonesia, baik mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi, siswa sekolah menengah atas, dan orang umum yang ingin magang ke Jepang yang mempelajari bahasa Jepang. Menurut Danasasmita, (2009:2) banyak pelajar bahasa Jepang yang mempelajari bahasa Jepang karena ingin berkomunikasi dalam bahasa Jepang dan untuk bekerja. Secara spesifik banyak yang berminat mempelajari bahasa Jepang karena didorong oleh

kesenangan pada budaya Jepang, seperti musik J.Rock, drama, animasi dan olahraga. Sedangkan dilihat dari populasi pemelajar bahasa Jepang di seluruh dunia, pemelajar Indonesia yang meminati bahasa Jepang menduduki urutan enam besar. Bahkan di ASEAN pemelajar Indonesia yang meminati bahasa Jepang menduduki urutan pertama. Hal ini menjadikan suatu peluang yang besar bagi dunia pendidikan bahasa Jepang di Indonesia.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *The Japan Foundation* (2018) mengenai perkembangan pendidikan bahasa Jepang di dunia, menyatakan bahwa negara Indonesia menjadi negara dengan jumlah pemelajar bahasa Jepang terbanyak ke-2 di dunia.

Tabel 1 Ranking pemelajar bahasa Jepang di dunia

順位	2015年 順位	国・地域	学習者 (人)			機関 (機関)			教師 (人)		
			2018年	2015年	増減率 (%)	2018年	2015年	増減率 (%)	2018年	2015年	増減率 (%)
1	1	中国	1,004,625	953,283	▲5.4	2,435	2,115	▲15.1	20,220	18,312	▲10.4
2	2	インドネシア	709,479	745,125	▲4.8	2,879	2,496	▲15.3	5,793	4,540	▲27.6
3	3	韓国	531,511	556,237	▲4.4	2,998	2,862	▲4.8	15,345	14,855	▲3.3
4	4	オーストラリア	405,175	357,348	▲13.4	1,764	1,643	▲7.4	3,135	2,800	▲12.0
5	6	タイ	184,962	173,817	▲6.4	659	606	▲8.7	2,047	1,911	▲7.1
6	8	ベトナム	174,521	64,863	▲169.1	818	219	▲273.5	7,030	1,795	▲291.6
7	5	台湾	170,159	220,045	▲22.7	846	851	▲0.6	4,106	3,877	▲5.9
8	7	米国	166,905	170,998	▲2.4	1,446	1,462	▲1.1	4,021	3,894	▲3.3
9	9	フィリピン	51,530	50,038	▲3.0	315	209	▲50.7	1,289	721	▲78.8
10	10	マレーシア	39,247	33,224	▲18.1	212	176	▲20.5	485	430	▲12.8

Sumber : Japan Foundation (2018)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa Tiongkok menempati posisi ke 1 dengan memiliki jumlah pemelajar bahasa Jepang dengan 1.004.625 orang, diikuti oleh Indonesia dengan 709.479 orang, Republik Korea dengan 531.511 orang, Australia dengan 405.175 orang, dan Thailand dengan 184.962 orang.

Dari tabel tersebut kita bisa melihat bahwa jumlah pemelajar bahasa Jepang di Indonesia sebanyak 709.479 orang. Namun pada bagian data pengajar, kita bisa melihat jumlah pengajar bahasa Jepang yang hanya berjumlah 5.793 orang. Dibandingkan dengan rasio pemelajar dan pengajar di negara lain.

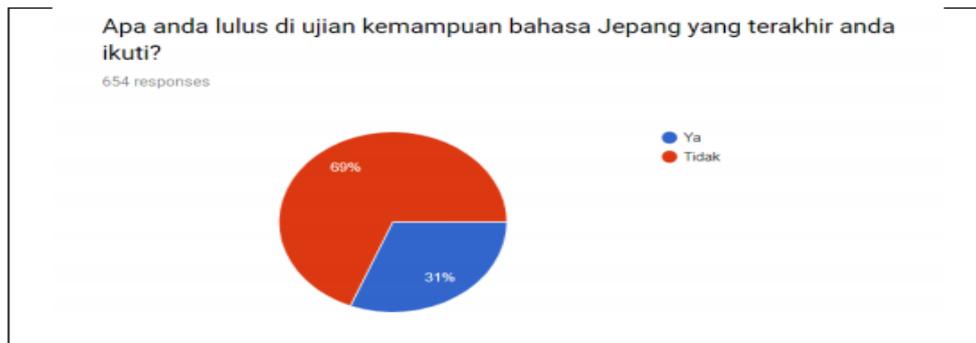
Dari tabel di atas pula kita bisa melihat pertambahan jumlah pemelajar lebih banyak dibanding dengan jumlah pengajarnya. Satu orang pengajar bahasa

Jepang harus mengajar sekitar 122 pemelajar bahasa Jepang, apabila melihat dua negara lainnya yaitu Tiongkok dengan 1 berbanding 49 dan Republik Korea 1 berbanding 34 yang mungkin bisa kita anggap adalah jumlah ideal. Dengan rasio tersebut kita bisa melihat kondisi pendidikan bahasa Jepang di Indonesia itu ada kemungkinan hasil dari proses pendidikan yang dilakukan dari kondisi tersebut tidak maksimal. Selain itu kondisi inilah yang mengakibatkan kurangnya kualitas belajar bagi pelajar bahasa Jepang di Indonesia. Setiawan dan Artadi (2018), menyatakan bahwa rasio pemelajar dan pengajar bahasa Jepang di Indonesia jika dibandingkan dengan negara lain, maka rasio di Indonesia dianggap kurang proporsional dan bisa memberikan pengaruh negatif terhadap kualitas hasil pendidikan bahasa Jepang itu sendiri.

Selain itu, Fujinaga, Furukawa, Lusiana (2006), juga menilai bahwa pengajar bahasa Jepang di Indonesia memiliki kemampuan bahasa Jepang yang kurang. Rata-rata pengajar bahasa Jepang hanya memiliki kemampuan bahasa Jepang setara dengan level ujian JLPT N3. Untuk menangani masalah tersebut, pemerintah Jepang melalui *The Japan Foundation* telah melakukan banyak upaya seperti pengadaan program pelatihan untuk pengajar bahasa Jepang ataupun mendatangkan penutur asli bahasa Jepang atau ahli bahasa Jepang. Namun upaya ini belum bisa menghasilkan peningkatan kemampuan bahasa Jepang secara signifikan.

Seperti pada penelitian Setiawan dan Artadi pada tahun 2018 yang melakukan survei terhadap 654 pemelajar bahasa Jepang tingkat dasar dan menengah mengenai kelulusan ujian kemampuan bahasa Jepang pada JLPT (*Japanese Language Proficiency Test*) yang hasilnya masih banyak peserta tes ujian JLPT yang tidak lulus, karena rasio jumlah pengajar dan pemelajar yang belum ideal menjadi salah satu faktor penyebab peserta JLPT banyak yang tidak lulus. Hal tersebut dapat dilihat pada diagram berikut.

Gambar 1 Hasil survei kelulusan ujian JLPT di Indonesia



Sumber : Hasil survei Setiawan dkk, (2018:3)

Dari diagram di atas kita bisa melihat bahwa pelajar yang lulus dalam ujian JLPT itu hanya 31%, sedangkan 69% nya adalah pelajar yang tidak lulus dalam ujian JLPT. Itu artinya tingkat kelulusan pelajar dalam ujian JLPT yang mereka ikuti masih rendah dan pelajar masih mengalami kesulitan dalam proses belajar bahasa Jepang, tidak hanya di Indonesia di negara lain pun mengalami tingkat kecenderungan yang sama yaitu sebanyak 30%.

Berdasarkan data resmi *The Japan Foundation* tahun 2019, di mana tingkat kelulusan ujian JLPT secara global untuk level N1, N2, N3 dan N4 sangatlah rendah yaitu rata-rata di angka 30,8%, dan tingkat kelulusan untuk level N5 mencapai rata-rata 41,9%.

Tabel 2 Persentase kelulusan ujian JLPT di seluruh dunia pada tahun 2019

■ Data ujian tahun 2019 (Desember)							
	Tingkat	N1	N2	N3	N4	N5	Total
Jepang	Pelamar	58.799	84.278	79.876	31.452	4.974	259.379
	Ujian	52.147	77.410	73.354	28.826	4.417	236.154
	Bersertifikat	14.359	21.852	20.322	8.262	2.379	67.174
	Persentase Bersertifikat (%)	27,5%	28,2%	27,7%	28,7%	53,9%	28,4%
Luar negeri	Pelamar	89.689	118.327	86.307	89.443	74.918	458.684
	Ujian	75.681	100.630	70.540	74.677	60.405	381.933
	Bersertifikat	24.953	41.958	28.033	23.055	24.784	142.783
	Persentase Bersertifikat (%)	33,0%	41,7%	39,7%	30,9%	41,0%	37,4%
Jepang + Total Luar Negeri	Pelamar	148.488	202.605	166.183	120.895	79.892	718.063
	Ujian	127.828	178.040	143.894	103.503	64.822	618.087
	Bersertifikat	39.312	63.810	48.355	31.317	27.163	209.957
	Persentase Bersertifikat (%)	30,8%	35,8%	33,6%	30,3%	41,9%	34,0%

※ Jumlah peserta ujian termasuk mereka yang hanya mengikuti beberapa bagian tes.

Sumber : Situs Resmi JLPT (2019)

Berdasarkan tabel di atas, kita bisa melihat persentase kelulusan ujian JLPT di luar Jepang untuk level N1, N2, N3, N4, dan N5 yaitu dengan persentase kelulusan di bawah 50%. Begitu pula dengan persentase kelulusan ujian JLPT di negara Jepang sendiri, untuk level N1, N2, N3, dan N4 di bawah 50%, dan hanya level N5 saja yang persentase kelulusannya melebihi 50%. Lihatlah grafik di bawah ini:

Grafik 1 Persentase perbandingan tingkat kelulusan ujian JLPT di Jepang dan di luar Jepang pada tahun 2019



Berdasarkan grafik di atas, kita bisa melihat persentase perbandingan tingkat kelulusan ujian JLPT di negara Jepang, maupun di luar Jepang berdasarkan data survei *The Japan Foundation* pada tahun 2019, di mana data tersebut mengindikasikan kondisi yang sama terhadap tingkat kelulusan ujian JLPT di Indonesia. Dengan melihat rendahnya tingkat kelulusan ujian JLPT, kita bisa berasumsi bahwa bahasa Jepang itu adalah bahasa yang sulit untuk dimengerti dan sulit untuk dikuasai. Salah satu faktor yang membuat pelajar Indonesia mengalami kesulitan dalam mempelajari bahasa Jepang adalah komponen bahasa (kosakata, intonasi, bunyi, struktur kalimat, dan tata bahasa) pada bahasa Jepang yang berbeda dengan bahasa Indonesia, salah satu dapat dilihat dari susunan kalimat dengan struktur [Subjek — Keterangan — Objek — Predikat] . Berikut adalah contoh kalimat dalam bahasa Jepang dengan struktur SKOP:

- (1) 私は駅で新聞を買います。

Watashi wa Eki de shinbun wo kaimasu.

Subjek –(partikel)–Ket. tempat –(partikel) –Objek–(partikel) –Predikat

Saya membeli koran di Stasiun.

(*Minna No Nihongo I*, Hal.46)

Berbeda dengan struktur kalimat dalam bahasa Indonesia yang memiliki pola [Subjek – Predikat – Objek – Keterangan] . Berikut adalah contoh kalimat dalam bahasa Indonesia dengan struktur SPOK:

- (2) “Seorang pelajar sedang belajar matematika di perpustakaan.”

Seorang pelajar sedang belajar matematika di perpustakaan

Subjek — Predikat — Objek — Ket. tempat

(JNTETI, Vol. 8, No. 3, 2019)

Bahasa Jepang merupakan bahasa yang memiliki keunikan, tidak hanya huruf yang digunakannya, tetapi juga pada tingkatan yang terdapat dalam masyarakat Jepang itu sendiri yang sangat berpengaruh terhadap kegiatan berkomunikasi, itulah yang membedakan bahasa Jepang dengan bahasa yang lainnya. Hal ini dikarenakan bangsa Jepang adalah bangsa yang sangat memperhatikan adab kesopanan. Sopan santun dalam bahasa Jepang digambarkan dengan sikap santun kepada mitra tutur, salah satunya ditandai dengan penggunaan ragam bahasa sopan sebagai penanda sopan yang dapat mewakili ungkapan penghormatan kepada mitra tutur. Ragam bahasa sopan dalam bahasa Jepang biasa disebut dengan *Keigo* (敬語) .

Berikut adalah makna *Keigo* menurut Asada, (1996:10).

“敬語というのは、身分の高い人に対していちいち言葉の上で敬意を表さなければならぬことである。”

“*Keigo to iu no wa, mibun no takai hito ni taishite ichiichi kotoba no ue de kei'i wo arawasanakerebanaranai koto dearu.*”

“*Keigo* adalah kata-kata sopan yang harus digunakan terhadap orang yang kita anggap lebih tinggi (secara jabatan, usia, dsb)”.

Dari pernyataan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Keigo* adalah ragam bahasa sopan yang digunakan untuk menghormati mitra tutur dengan cara melihat jabatan, usia, dan kondisi lainnya yang penutur anggap bahwa posisi mitra tutur lebih tinggi dari diri penutur.

Sejalan dengan penjelasan di atas, Parastuti dan Pratita, (2020:21) menyatakan bahwa *Keigo* adalah bahasa sopan yang digunakan penutur ketika berbicara dengan mitra tutur, baik dilihat dari sisi umur, jenis kelamin, maupun orang yang memiliki status sosial lebih tinggi. Nomura (1992), (dalam Sudjianto dan Dahidi, 2019:189) menyatakan bahwa *Keigo* adalah istilah yang merupakan ungkapan kebahasaan yang menaikkan derajat pendengar atau orang yang menjadi pokok pembicaraan. Hampir sama dengan pendapat itu Ogawa (1989), (dalam Sudjianto dan Dahidi, 2019:189) menyatakan bahwa *Keigo* adalah ungkapan sopan yang dipakai penutur atau penulis dengan mempertimbangkan pihak pendengar, pembaca, atau orang yang menjadi pokok pembicaraan.

Menurut Primawati, (2010:16) *Keigo* merupakan cara mengungkapkan hubungan sesama manusia dalam kehidupan masyarakat, yaitu dengan menggunakan pilihan kata yang mempertimbangkan hubungan antara penutur dengan mitra tutur atau orang yang menjadi topik perbincangan. Hubungan sesama manusia yang dimaksud adalah hubungan atas bawah, misalnya hubungan antara guru dan murid), kemudian hubungan *uchi soto* seperti hubungan antara orang dalam perusahaan dan orang di luar perusahaan), serta tingkat keakraban antara penutur dengan mitra tutur, di mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi dalam penggunaan *Keigo*.

Dalam bahasa Jepang terdapat sebuah ungkapan yaitu *kotobadzukai* atau penggunaan kosakata. Berikut adalah arti dari ungkapan *kotobadzukai* menurut Watanabe, (2006:5) “言葉遣いは、その人の内面・人格を表します” (“*Kotobadzukai wa, sono hito no naimen • jinkaku wo arawashimasu*”). Artinya, “Sebuah kata-kata yang mengekspresikan kepribadian batin dari penutur”.

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *kotobadzukai* adalah sebuah cara penutur dalam memilih dan menggunakan kata-kata yang akan diutarakannya. Dengan demikian, sangat penting memperhatikan penggunaan kata ketika berkomunikasi, karena hal tersebut menunjukkan bagaimana sikap seseorang terhadap mitra tuturnya. Sehingga, pemilihan kata seseorang akan sangat mempengaruhi bagaimana penilaian orang lain terhadap dirinya berikut instansi yang penutur wakili.

Nakao, (dalam Sudjianto dan Dahidi 2019:189) menjelaskan bahwa *Keigo* ditentukan dengan parameter sebagai berikut:

Tabel 3 Parameter yang menentukan penggunaan *Keigo*

No.	Parameter	Keterangan
1	Usia	Tua atau muda, senior atau junior
2	Status	Atasan atau bawahan, guru atau murid
3	Jenis kelamin	Pria atau wanita (wanita lebih banyak menggunakan <i>Keigo</i>)
4	Keakraban	Orang dalam atau orang luar (terhadap orang luar memakai <i>Keigo</i>)
5	Gaya bahasa	Bahasa sehari-hari, ceramah, perkuliahan
6	Pribadi atau umum	Rapat, upacara atau kegiatan lainnya
7	Pendidikan	Berpendidikan atau tidak (yang berpendidikan lebih banyak menggunakan <i>Keigo</i>)

Dalam bahasa Jepang bentuk *Keigo* dibagi menjadi tiga jenis, yaitu *Sonkeigo* (尊敬語), *Kenjougo* (謙讓語) dan *Teineigo* (丁寧語). Asada, (1996:9) membagi *Keigo* menjadi tiga jenis yaitu *Sonkeigo*, *Kenjougo*, dan *Teineigo*. Berikut ini adalah contoh tuturan *Sonkeigo*:

(3) 松本社長は、いらっしゃいますか。

Matsumoto Shachou wa irasshaimasu ka

Matsumoto Presiden Direktur – (partikel) – ada – untuk menanyakan

(?)

(V *Sonkeigo*)

Apakah Pak Presiden Direktur Matsumoto ada?

(*Minna No Nihongo II*, Hal.194)

Verba 「いらっしゃいます」 “*irasshaimasu*” yang memiliki arti “ada” merupakan verba *Sonkeigo*. Verba tersebut digunakan untuk menghormati Bapak Presiden Direktur dengan cara meninggikan posisi mitra tutur. Verba tersebut merupakan verba khusus dalam *Sonkeigo*, yang berasal dari verba 「居る」 “*iru*”. Pembentukan inilah yang merupakan salah satu bentuk dari tutur *Keigo*.

Berikut ini adalah contoh tuturan *Kenjougo*:

(4) わたくしはアメリカから参りました。

Watakushi wa Amerika kara mairimashita.

Saya — (partikel) — Amerika — dari — datang

(*V Kenjougo*)

Saya datang dari Amerika.

(*Minna No Nihongo II*, Hal.202)

Verba 「参りました」 “*mairimashita*” yang memiliki arti “datang” merupakan verba *Kenjougo*. Verba tersebut digunakan untuk menunjukkan rasa hormat orang yang menjadi topik pembicaraan dengan merendahkan keadaan/posisi penutur. Verba tersebut merupakan verba khusus dalam *Kenjougo*, yang berasal dari verba 「来る」 “*kuru*”. Pembentukan inilah yang merupakan salah satu bentuk dari tutur *Keigo*.

Berikut ini adalah contoh tuturan *Teineigo*:

(5) 会社の中を案内します。

Kaisha no naka wo annai-shimasu.

Perusahaan — (partikel) — dalam — (partikel) — memandu.

(*V Teineigo*)

Saya akan memandu Anda ke bagian dalam perusahaan.

(*Minna No Nihongo II*, Hal.205)

Verba 「案内します」 “*annai-shimasu*” yang memiliki arti “memandu”, verba tersebut menggunakan verba bentuk 「～ます」 “*~masu*”. Dengan menggunakan verba bentuk “*~masu*”, kalimat di atas menunjukkan rasa hormat penutur kepada mitra tuturnya.

Setiawan dan Artadi, (2021:7) menyebutkan bahwa buku *Minna No Nihongo* merupakan buku yang banyak digunakan oleh pelajar dan pengajar bahasa Jepang di Indonesia. Buku *Minna No Nihongo* adalah buku yang menggunakan silabus terstruktur, di mana bahan ajar yang disajikan berdasarkan tingkat kesulitannya. Buku *Minna No Nihongo* mengulas materi mengenai *Keigo* pada bagian terakhir buku. Dengan melihat urutan pembelajaran di buku *Minna No Nihongo* di mana *Keigo* dipelajari pada bab terakhir, kita dapat menyimpulkan bahwa *Keigo* merupakan materi atau subjek pembelajaran yang tersulit dalam buku *Minna No Nihongo*.

Selain itu di dalam buku *Minna No Nihongo* tidak dijelaskan secara detail parameter penggunaan *Keigo*. Bagi yang tidak pernah menggunakan *Keigo*, ketika menemukan atau mendengar ungkapan-ungkapan di atas tentu akan merasa kesulitan untuk memahami apa yang dimaksudkan tersebut. *Keigo* adalah salah satu materi bahasa Jepang yang dianggap sulit, bukan hanya bagi orang asing, orang Jepang pun banyak yang menganggap sulit penggunaan *Keigo*.

Pemakaian *Keigo* menjadi satu karakteristik bahasa Jepang. Ungkapan kebahasaan serupa *Keigo* tidak tampak di dalam bahasa Indonesia. Oleh karena itu, tidak sedikit pelajar bahasa Jepang yang berbahasa ibu bahasa Indonesia merasa kesulitan manakala mempelajari atau memakai *Keigo* (Sudjianto dan Dahidi, 2019:188). Namun, dikarenakan *Keigo* merupakan bagian dari tata bahasa Jepang yang mempunyai keunikan dan ciri khasnya sendiri, maka sudah seharusnya dikuasai oleh pelajar asing yang mempelajari dan ingin menguasai bahasa Jepang. Hal ini dikarenakan penggunaan *Keigo* dalam bahasa Jepang tidak bisa lepas dari kebudayaan bermasyarakat di Jepang.

Febrianty, Haryanti, Setiana (2015), melakukan penelitian terhadap 95 orang mahasiswa tingkat akhir (semester 7) program studi sastra Jepang dari perguruan tinggi di kota Bandung. Hasil survei menyatakan bahwa nilai rata-rata

keseluruhan mahasiswa dalam penggunaan *Keigo* sebesar 59,7 (cukup). Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa belum menguasai penggunaan *Keigo*.

Dalam praktiknya, penggunaan *Keigo* atau dikenal juga dengan istilah ragam bahasa sopan, dapat ditemui di berbagai situasi dan kondisi. Salah satunya adalah dalam situasi bisnis antar perusahaan Jepang, yang di dalamnya terdapat komunikasi-komunikasi dengan menggunakan *Keigo*. Seperti pada saat berkomunikasi dengan atasan, *customer*, *supplier* yang orang Jepang, baik berkomunikasi secara langsung, maupun berkomunikasi melalui telepon, e-mail, atau media lainnya. Di dalam situasi tersebut kita harus dapat menggunakan *Keigo* sesuai dengan parameter *Keigo* itu sendiri. Salah satu kesulitan mahasiswa ketika bekerja di perusahaan Jepang adalah ketika menulis e-mail, kesulitan tersebut dikarenakan kurangnya pembelajaran *Keigo* berupa e-mail pada saat belajar di perkuliahan. Meskipun terdapat mata kuliah korespondensi, namun konteks pembelajaran korespondensinya masih secara umum belum terfokus kepada bagaimana cara penulisan e-mail, dan bagaimana cara mengirim e-mail di dalam konteks perusahaan. Sehingga tidak mengakomodir kebutuhan mahasiswa ketika masuk ke perusahaan Jepang.

Berikut ini adalah beberapa contoh penggunaan bahasa *Keigo* yang digunakan dalam bahasa e-mail:

E-mail pertama dari *customer* ke *supplier*.

(6) 佐藤様 (1)

Satou sama

Kepada saudara Satou. (Nama samaran)

お世話になります。

O-sewa ni narimasu.

Terima kasih banyak atas dukungan Anda selama ini.

ABC の池田です。

ABC no Ikeda desu.

Saya Ikeda dari PT. ABC. (Nama samaran)

先ほどお電話した A 製品追加オーダーの件について ABC 日本に確認しました。

Sakihodo o-denwashita A-seihin tsuika oodaa no ken ni tsuite ABC nihon ni kakunin shimashita.

Seperti yang baru saja dibicarakan melalui telepon mengenai tambahan order untuk produk A, saya telah memastikannya ke ABC Jepang.

何度も申し訳ありませんが、下記納期及び数量について対応可能か、ご確認願いたします。

Nandomo moushiwake arimasen-ga, kaki nouki oyobi suuryou ni tsuite taiou kanou ka, go-kakunin negai itashimasu.

Kami mohon maaf atas ketidaknyamanan ini, kami mohon bantuannya agar dapat memastikan apakah anda dapat memenuhi tanggal pengiriman dan jumlah pengiriman di bawah ini.

納期 : 3月25日(月)

Nouki : 3 gatsu 25 nichi (getsu)

Tanggal pengiriman : Senin, 25 maret

納入場所 : ABC 日本 生技 伊藤さん宛

Nounyuu basho : ABC nihon seigi Itou san ate.

Tempat pengiriman: ABC Jepang untuk *production engineer* saudara Itou. (Nama samaran)

数量 : 500個

Suuryou : 500 ko

Qty : 500 pcs

以上、宜しくお願いいたします。

Ijou, yoroshiku o-negai itashimasu.

Sekian, dan mohon bantuannya.

(Dari e-mail perusahaan Jepang di Indonesia, 2019)

Contoh kalimat pada e-mail di atas, di mana pengirim e-mail mengajukan sebuah permohonan atau bantuan kepada orang lain, yaitu dari *customer* ke *supplier*. Penggunaan bahasa *Keigo* dalam kondisi resmi seperti ini adalah hal yang sangat penting untuk digunakan, karena berkaitan dengan meminta bantuan atau memberi sebuah informasi terhadap mitra tutur. Penggunaan bahasa *Kenjougo* bisa kita temukan dalam contoh di atas. Etika ranah *Kenjougo* adalah suatu ungkapan untuk menunjukkan rasa hormat penutur kepada mitra tutur maupun orang yang menjadi topik pembicaraan dengan cara merendahkan perilaku/ keadaan penutur. Pada kalimat 「ご確認願ひ致します」 “*Go-kakunin negaiitashimasu*”, yang memiliki arti untuk meninggikan posisi mitra tutur. Kata kerja 「～致します」 “*~itashimasu*” adalah perubahan kata kerja dasar yaitu 「～する」 “*~suru*” yang artinya adalah melakukan sebuah kegiatan. Dalam hal ini kegiatan yang akan dilakukan dalam teks tersebut adalah mengkonfirmasi, kalimat tersebut kemudian diubah ke dalam kelas *Kenjougo* dengan tujuan untuk menghormati mitra tutur yang berposisi sebagai *supplier*.

Contoh kedua adalah balasan dari e-mail terhadap e-mail di atas yang menggambarkan pola bahasa *Teineigo* dan *Kenjougo* yang tingkatannya lebih sopan.

E-mail kedua dari *supplier* ke *customer*.

(7) 池田様

Ikeda sama

Kepada saudara Ikeda. (Nama samaran)

いつもお世話になります。

Itsumo o-sewa ni narimasu

Terima kasih banyak atas dukungan Anda selama ini.

御連絡ありがとうございます。

Go-renraku arigatougozaimasu.

Terima kasih telah menghubungi kami.

表題御依頼いただいております件、既にメーカーには連絡済みです。

Hyoudai go-irai itadaite orimasu ken, sudeni meekaa ni wa renraku zumi desu.

Mengenai permohonan yang Anda sampaikan, telah kami informasikan kepada meker.

至急 A 品を作成し出荷いたします。

Shikyuu A-hin wo sakuseishi shukka itashimasu.

Kami akan membuat produk A dan mengirimkannya secepat mungkin.

進捗については追って連絡させていただきます。

Shinchoku ni tsuite wa otte renraku sasete itadakimasu.

Kami akan segera menghubungi Anda terkait kemajuannya.

現在最終サンプル測定を弊社にて行っております。

Genzai saishuu sanpuru sokutei wo heisha nite okonatte orimasu.

Saat ini, kami sedang melakukan pengukuran sampel akhir.

出来るだけ早く測定結果報告する様にいたしますのでもう少々お時間ください。

Dekiru dake hayaku sokutei kekka houkoku suru you ni itashimasu node mou shoushou o-jikan kudasai.

Kami akan melaporkan hasil pengukuran secepatnya, jadi mohon beri kami waktu.

以上、御確認の程宜しくお願い申し上げます。

Ijou, go-kakunin no hodo yoroshiku o-negai moushiagemasu.

Sekian, mohon konfirmasi dan bantuannya.

(Dari e-mail perusahaan Jepang di Indonesia, 2019)

Dengan melihat isi e-mail balasan di atas terdapat beberapa kalimat *Teineigo* yaitu 「連絡済みです」 “*renraku desu*”, kata 「～です」 “*~desu*”. *Teineigo* adalah bentuk untuk mengungkapkan perasaan hormat kepada mitra tutur, dengan memperhalus kata-kata yang diutarakan. Selain itu, pada e-mail di atas terdapat tutur bahasa *Kenjougo* yang tingkat kesopanannya lebih sopan, yaitu

pada kata 「表題御依頼いただいております」 “*hyoudai go-irai itadaite orimasu*”, yang memiliki arti untuk meninggikan posisi mitra tutur. Kata kerja 「～いただいております」 “*~itadaite orimasu*” adalah perubahan kata kerja dasar yaitu 「～もらっています」 “*~moratte imasu*” yang artinya adalah “mendapatkan”. Dalam hal ini penggunaan *Keigo* bisa ditinjau kembali berdasarkan usia, status, situasi maupun keakraban yang akan mempengaruhi aplikasi penggunaan dari bahasa *Keigo* itu sendiri. Konteks tersebut terlihat bagaimana gaya bahasa yang dipakai di dalam sebuah percakapan antar perusahaan melalui e-mail, akan berbeda dengan percakapan dengan teman karib khususnya pada bagian yang di garis bawah. Perbedaan gaya bahasa itu disebabkan oleh situasi kantor yang mengharuskan penggunaan kata-kata dan kalimat yang sopan kepada klien.

Berdasarkan penjelasan mengenai contoh nyata mengenai penggunaan *Keigo* dalam situasi bisnis, dapat diketahui bahwa *Keigo* merupakan hal yang harus digunakan saat komunikasi bisnis. Penggunaannya pun dirasa sulit bahkan bagi penutur jati sekalipun, apalagi bagi pemelajar bahasa Jepang. Oleh karena itu penelitian mengenai *Keigo* adalah hal yang penting Berdasarkan faktor-faktor tersebut mendorong penulis untuk mengangkat penelitian mengenai *Keigo* dalam e-mail. Selain itu sedikitnya penelitian yang berkaitan dengan pengguna *Keigo* dalam e-mail. Oleh sebab itu pada penelitian ini penulis membahas mengenai *Keigo* terutama dalam bahasa tulisan, yaitu berupa kutipan penggunaan *Keigo* yang digunakan dalam e-mail bisnis perusahaan Jepang, yang nantinya bisa dijadikan referensi bagi pembaca yang berencana bekerja di perusahaan Jepang. Penulis mengambil tema “**PENGGUNAAN DAN MAKNA BAHASA SOPAN (KEIGO) DALAM E-MAIL PENAWARAN HARGA PERUSAHAAN OTOMOTIF**”.

1.2 Penelitian Yang Relevan

Penelitian terdahulu mengenai *Keigo* telah banyak dilakukan. Berikut ini penulis paparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Penelitian mengenai *Keigo* telah diteliti sebelumnya dalam skripsi Setiawan (2019) melakukan penelitian mengenai penggunaan *Keigo* dalam drama berbahasa Jepang. Drama yang dijadikan sumber datanya adalah “*Analisis Nihonjin No Shiranai Nihongo*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk dan penggunaan *Keigo* di dalam drama *Nihonjin No Shiranai Nihongo*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yaitu teknik pustaka dan teknik simak dan catat. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa jenis *Keigo* yang terdapat dalam drama *Nihonjin no Shiranai Nihongo* ada tiga yaitu *Sonkeigo*, *Kenjougo*, dan *Teineigo*. Kemudian dapat diketahui juga faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *Keigo*, yaitu faktor situasi, usia, status sosial, keakraban, dan pendidikan.

Rini (2017) melakukan penelitian mengenai penggunaan *Keigo* dalam film berbahasa Jepang. Film yang dijadikan sumber datanya adalah “*Nazotoki Wa Dinner No Atode*”. Penelitian tersebut bertujuan mendiskripsikan jenis *Keigo* dan mengetahui situasi/ faktor seperti apa sehingga *Keigo* digunakan dalam film *Nazotoki Wa Dinner No Atode*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode simak, catat dan analisis data. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa jenis *Keigo* yang digunakan dalam film *Nazotoki Wa Dinner No Atode* adalah *Sonkeigo*, *Kenjougo*, dan *Teineigo*. Dari penelitian ini juga dapat diketahui situasi/ faktor-faktor yang memunculkan penggunaan *Keigo*, yaitu faktor keakraban, usia, dan hubungan.

Dua penelitian di atas menggunakan sumber data berupa drama dan film. Di mana kedua penelitian tersebut menggambarkan keseharian dan kehidupan manusia. Sedangkan dalam penelitian ini penulis akan menggunakan e-mail yang digunakan dalam industri otomotif yang bertemakan e-mail penawaran harga. Seperti yang telah dijabarkan di bab 1 di atas, bahwa saat ini sudah ada 1.700 perusahaan Jepang yang bergerak di sektor manufaktur dan non manufaktur yang berkembang di Indonesia (Sumber: Jetro, 2020). Kondisi tersebut menimbulkan kebutuhan akan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dalam mengerti bahasa dan budaya Jepang, dan inipun yang menjadi salah satu faktor pendorong penulis melakukan penelitian mengenai *Keigo* yang bertemakan e-mail yang

digunakan dalam industri otomotif. Diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi pembaca dan pemelajar bahasa Jepang yang berencana bekerja di perusahaan Jepang nantinya. Juga pemelajar memiliki gambaran seperti apa kegiatan dan proses penggunaan e-mail dalam dunia industri otomotif.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang masalah di atas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan sulitnya pemelajar bahasa Jepang dalam menguasai *Keigo*. Faktor yang pertama adalah rendahnya tingkat kelulusan ujian JLPT untuk level N1, N2, N3 dan N4 yang rata-rata di angka 30,8% dan tingkat kelulusan untuk level N5 mencapai rata-rata 41,9%, data ini diambil dari situs resmi *The Japan Foundation* tahun 2019.

Faktor kedua adalah adanya parameter yang menentukan dalam penggunaan *Keigo*, seperti yang dijelaskan oleh Nakao, (dalam Sudjianto dan Dahidi 2019:189) yaitu faktor usia, status, jenis kelamin, keakraban, gaya bahasa, pribadi atau umum, dan pendidikan. Selain itu di dalam buku ajar bahasa Jepang yaitu *Minna No Nihongo* tidak ada penjelasan detail mengenai parameter penggunaan *Keigo* seperti yang dimaksudkan oleh Nakao di atas, sehingga pemelajar merasa kesulitan dalam menentukan situasi dan kondisi penggunaan *Keigo* itu sendiri. Serta apabila melihat dari urutan materi pembelajaran di buku *Minna No Nihongo*, di mana materi mengenai *Keigo* dipelajari pada bab terakhir. Sehingga kita dapat menyimpulkan bahwa *Keigo* merupakan materi atau subjek pembelajaran yang tersulit dalam buku *Minna No Nihongo*.

Faktor yang ketiga adalah adanya penelitian terhadap mahasiswa program studi sastra Jepang dari perguruan tinggi di kota Bandung, yang hasil surveinya menyatakan bahwa nilai rata-rata keseluruhan mahasiswa dalam penggunaan *Keigo* sebesar 59,7. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis merasa tertarik untuk mengidentifikasi tentang penggunaan dan makna bahasa sopan (*Keigo*) dalam ragam bahasa tulis, berupa e-mail penawaran harga di perusahaan Jepang yang ada di Indonesia yang bergerak di bidang otomotif.

1.4 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis hanya akan menganalisis penggunaan *Keigo* yang digunakan dalam ragam bahasa tulis yaitu e-mail bahasa Jepang. Karena dalam dunia kerja terutama di perusahaan Jepang, *Keigo* sering sekali digunakan, maka untuk lebih memperkecil ruang lingkup penulis fokus pada analisis penggunaan *Keigo* dalam ragam bahasa tulisan pada e-mail berbahasa Jepang berupa e-mail penawaran harga yang diambil dari salah satu perusahaan Jepang yang ada di Indonesia yang bergerak di bidang otomotif.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Jenis *Keigo* apa saja yang digunakan dalam e-mail penawaran harga di perusahaan Jepang yang bergerak di bidang otomotif?
2. Bagaimana penggunaan *Keigo* dalam e-mail penawaran harga di perusahaan Jepang yang bergerak di bidang otomotif?

1.6 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui jenis *Keigo* apa saja yang digunakan dalam e-mail penawaran harga di perusahaan Jepang yang bergerak di bidang otomotif.
2. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan dan faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *Keigo* dalam e-mail penawaran harga di perusahaan Jepang yang bergerak di bidang otomotif.

1.7 Metode Penelitian

Dalam membuat penelitian penggunaan *Keigo* dalam ragam bahasa tulisan bahasa Jepang ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu memaparkan gejala data dengan apa adanya. Metode deskriptif menurut Djadjasudarma, (1993), (dalam Yanto, 2019:14) adalah suatu metode yang bertujuan membuat deskripsi, yaitu membuat gambaran, lukisan secara sistematis,

faktual dan akurat mengenai data, sifat-sifat serta hubungan fenomena-fenomena yang diteliti.

Selain itu, menurut Sukmadinata (2011), (dalam Yanto, 2019:14) penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti. Dalam metode ini, langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut.

Langkah pertama, penulis melakukan pencarian data berupa penelitian-penelitian mengenai *Keigo*, untuk dijadikan bahan referensi dalam penulisan penelitian ini. Pencarian data penelitian dilakukan memanfaatkan media internet yaitu melalui *google scholar*. Setelah data penelitian yang berkaitan dengan tema penulis didapat, kemudian penulis membaca dan menyimpulkan hasil dari penelitian tersebut.

Langkah ke dua, penulis melakukan pencarian data berupa teori-teori yang berkaitan dengan *Keigo*, agar penulis memiliki pedoman teori manakah yang nantinya penulis gunakan dalam menganalisis data/ bahan penelitian. Teori yang digunakan oleh penulis berasal dari buku dan juga jurnal. Pencarian teori-teori tersebut dilakukan dengan mencari tahu melalui internet yaitu *google* pencarian, dengan cara mencari tahu buku linguistik yang ditulis oleh para ahli linguistik, setelah diketahui nama buku dan nama penulis buku yang sesuai dengan tema penelitian, kemudian penulis melakukan pembelian melalui toko *online*. Dan mengenai teori yang diambil dari jurnal penulis melakukan hal yang sama seperti di atas, yaitu mencari tahu melalui *google scholar*.

Langkah ketiga, penulis menganalisis data/ bahan penelitian yang didapat dengan menggunakan metode pengklasifikasian data sesuai dengan teori-teori yang penulis ambil dari buku dan jurnal. Agar dapat mengetahui penggunaan, makna dan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penggunaan *Keigo*.

Langkah keempat, penulis menyimpulkan hasil analisis untuk menjawab permasalahan yang dijabarkan pada rumusan masalah di atas.

1.8 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoretis maupun secara praktis.

a. Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan ada kejelasan mengenai penggunaan, makna dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *Keigo* terutama dalam e-mail penawaran harga perusahaan otomotif.

b. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan pelajar bahasa Jepang yang kurang memahami mengenai *Keigo*, juga dapat digunakan sebagai bahan referensi ilmiah bagi pelajar bahasa Jepang dan penelitian yang berkaitan.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini terbagi dalam empat bab serta beberapa sub bab yang disusun sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan secara singkat dan jelas mengenai latar belakang masalah, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori para ahli dari berbagai sumber kepustakaan yang mendukung penelitian, yaitu Penjelasan mengenai Semantik, Pragmatik, Sociolinguistik, Kelas kata dalam bahasa Jepang, Pengertian *Keigo*, Jenis-jenis *Keigo*, Peran *Keigo* dalam bahasa Jepang, Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *Keigo*, dan Penerapan *Keigo*.

Bab III : Analisis Data

Bab ini berisi tentang hasil analisis *Keigo* dalam e-mail bahasa Jepang: studi kasus e-mail penawaran harga di perusahaan Jepang yang ada di Indonesia yang bergerak di bidang otomotif.

Bab IV : Kesimpulan

Bab ini berisikan kesimpulan dari analisis penggunaan dan makna bahasa sopan (*Keigo*) dalam e-mail bertemakan penawaran harga yang diambil dari e-mail perusahaan Jepang yang ada di Indonesia yang bergerak di bidang otomotif, serta kritik dan saran jika diperlukan.

