

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Jepang yang sering dikenal sebagai "Negara Matahari Terbit," merupakan sebuah negara di Asia Timur yang terletak di suatu rangkaian kepulauan di ujung Barat Samudra Pasifik, membentang sebagai sebuah rantai di sepanjang Benua Asia. Negara Jepang adalah salah satu negara maju di dunia, terkemuka dalam bidang teknologi, pendidikan, ekonomi, dan berbagai sektor lainnya. Negara maju didefinisikan sebagai negara yang memiliki standar hidup tinggi, ditandai oleh perekonomian yang merata, pemanfaatan teknologi tinggi, dan keberhasilan dalam berbagai sektor.

Salah satu keberhasilan Jepang sebagai negara maju adalah dapat dilihat dari sektor industri manufaktur mereka. Banyak perusahaan otomotif Jepang yang melakukan ekspansi ke seluruh dunia. Hal itu dapat dilihat dari dominasi produk-produk unggulan perusahaan Jepang dalam kehidupan sehari-hari masyarakat global. Keberhasilan ini menyebabkan Jepang memiliki struktur perekonomian yang kuat.

Produktivitas perusahaan yang tinggi menjadi pendukung utama kemajuan ekonomi Jepang (CSIS, 1995:33). Oleh karena itu salah satu yang membuat Jepang menjadi negara maju adalah dari sektor ekonomi yang kuat karena mereka memiliki produktivitas yang tinggi melalui perusahaan-perusahaan yang ada di dalam negeri maupun luar negeri. Beberapa perusahaan otomotif yang ada di Jepang antara lain Toyota, Honda, Nissan, Suzuki, Mazda, Mitsubishi, Isuzu, dan Subaru. Ada juga perusahaan sepeda motor seperti Kawasaki, Yamaha, Suzuki, dan Honda. Di samping itu, pabrikan Jepang juga sangat sukses melakukan ekspansi dan memiliki jaringan hubungan global yang luas, terutama di wilayah Asia Tenggara dan khususnya Indonesia.

Dapat disimpulkan bahwa kesuksesan negara Jepang sebagai negara maju salah satunya di sektor industri otomotif yang mempunyai produktivitas tinggi. Melalui perusahaan otomotif kendaraan roda empat ataupun roda dua yang sangat

terkenal dan banyak diminati di dalam negeri maupun luar negeri beberapa produk unggulannya mampu bersaing dengan produk Barat sehingga sukses melakukan ekspansi di wilayah Asia Tenggara khususnya Indonesia.

Prioritas utama dari invasi Perusahaan Jepang ke Asia Tenggara tersebut adalah Indonesia. Menurut kalangan JETRO alasan mereka memilih invasi di wilayah tersebut karena tingkat upah yang masih rendah dan mudah dalam mendapatkan daerah lokasi industri. JETRO adalah badan organisasi pemerintah Jepang, yang bekerja untuk mempromosikan hubungan perdagangan dan investasi antara Jepang-Indonesia. Perkembangan industri otomotif Jepang di Indonesia semakin berkembang pesat hingga saat ini. Meningkatnya jumlah investasi perusahaan Jepang di Indonesia, seperti yang dilaporkan dalam ("Halo Jepang" tahun 2013), menandakan adanya peluang yang semakin besar bagi penduduk lokal untuk bekerja dan mengembangkan karier di Perusahaan Jepang yang beroperasi di Indonesia.

Berdasarkan hasil riset dari jurnal yang ditulis oleh Ratna Handayani, Elisa Carolina Marion dan Natsumi Koda tahun 2013 yang ditujukan kepada Mahasiswa Semester 7 atau Akhir Jurusan Sastra Jepang di enam buah perguruan tinggi (STBA JIA-Bekasi, Universitas Al Azhar, Universitas Darma Persada, Universitas Bina Nusantara, STBA LIA-Jakarta, dan Universitas Nasional) , terlihat sebagian besar responden yang memilih bekerja di perusahaan Jepang karena gaji yang lebih besar daripada perusahaan dari negara lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa seiring berjalannya waktu Perusahaan Jepang yang ada di Indonesia semakin meningkat. Fenomena ini sangat membuka peluang untuk masyarakat lokal untuk dapat bekerja di Perusahaan Jepang dan hal ini berbanding lurus dengan hasil riset dalam jurnal Ratna Handayani, Elisa Carolina Marion dan Natsumi Koda tahun 2013 karena sebagian besar orang Indonesia juga ingin bekerja di Perusahaan Jepang. Masyarakat Indonesia lebih memilih bekerja di Perusahaan Jepang karena jenjang karir yang jelas dan juga tentunya karena gaji yang tinggi.

Dari segi budaya, Indonesia dan Jepang mempunyai karakteristik budaya yang berbeda. Termasuk juga budaya bekerja di Perusahaan Indonesia dan

Perusahaan Jepang tentunya sangat berbeda. Menurut Dessler (2015), bahwa “budaya kerja merupakan proses mengajar ketrampilan yang dibutuhkan karyawan untuk melakukan pekerjaannya”. Perbedaan budaya itu yang menyebabkan mereka harus melakukan adaptasi seperti yang dijelaskan dalam skripsi Puspa Kirana tahun 2012 tentang strategi adaptasi pekerja untuk mengatasi perbedaan budaya atau *cultural gap* di lingkungan baru. Adaptasi budaya adalah suatu proses di mana seseorang belajar serta memahami peraturan-peraturan dan kebiasaan-kebiasaan budaya baru (Martin and Nakayama, 2010: 320).

Mereka yang ingin bekerja di Perusahaan Jepang tentunya harus mengetahui budaya kerja di Perusahaan Jepang supaya tidak ada kendala atau masalah ketika sudah bekerja di Perusahaan Jepang. Karakteristik contoh budaya kerja di Jepang adalah memiliki jam kerja yang panjang, pesta minum setelah bekerja, kemudian adanya sistem senioritas yang biasa disebut *Senpai dan Kohai*. Masalah yang sering dihadapi ketika bekerja di Perusahaan Jepang adalah perbedaan bahasa dan budaya antara Jepang dan Indonesia. Dari segi bahasa komunikasi yang baik diperlukan untuk menunjang keberlangsungan pekerjaan mereka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh dalam skripsi Bhakti Utomo tahun 2016 dituliskan beberapa kendala seorang penerjemah dalam mengkomunikasikan isi pembicaraan dari pihak pertama dalam bahasa sumber kepada pihak kedua dalam bahasa sasaran.

Etika kerja di Indonesia dan Jepang memiliki perbedaan. Dalam penelitian skripsi Puspa Kirana tahun 2012 mencatat bahwa pekerja Jepang yang bekerja di Indonesia mengalami *culture shock* karena adanya perbedaan budaya dalam lingkungan kerja. Menurut Gudykunst dan Kim (2003), *culture shock* adalah reaksi-reaksi yang muncul terhadap situasi di mana individu mengalami keterkejutan dan tekanan karena berada dalam lingkungan yang berbeda yang menyebabkan terguncangnya konsep diri, identitas kultural dan menimbulkan kecemasan yang tidak beralasan. Salah satu alasannya adalah karena sering kali orang Indonesia tidak memiliki tingkat disiplin waktu yang baik, hal ini sangat berbeda dengan budaya Jepang yang sangat menghargai waktu. Begitu juga sebaliknya orang Indonesia yang bekerja di Perusahaan Jepang juga mengalami *culture shock* karena perbedaan budaya dalam lingkungan kerja sehingga memerlukan adaptasi untuk

dapat menerapkan prinsip dan budaya kerja di Perusahaan Jepang. Fenomena ini terjadi karena tidak adanya pembelajaran mengenai budaya Jepang yang spesifik saat di sekolah maupun saat proses penerimaan karyawan yang akan bekerja di Perusahaan Jepang. Di dalam dunia pendidikan perguruan tinggi juga tidak ada mata kuliah yang mempelajari secara spesifik mengenai budaya kerja di Perusahaan Jepang.

Dapat disimpulkan bahwa karena tidak adanya pembelajaran yang spesifik mengenai budaya kerja di Perusahaan Jepang maka pekerja Indonesia yang bekerja di Perusahaan Jepang menurut penelitian mengalami masalah atau kendala dikarenakan adanya perbedaan budaya antara Indonesia dan Jepang.

Ada macam-macam budaya kerja di Perusahaan Jepang yang harus kita ketahui sebelum kita bekerja di Perusahaan Jepang. Ada budaya kerja yang berhubungan secara langsung dengan pekerjaan dan ada juga budaya kerja yang tidak berhubungan secara tidak langsung dengan pekerjaan. Contoh budaya kerja yang berhubungan secara langsung dengan pekerjaan adalah budaya kerja 5S dan *Hourenso*. 5S, yaitu *Seiri* (ringkas), *Seiton* (rapi), *Seiso* (bersih), *Seiketsu* (teratur), dan *Shitsuke* (disiplin). Budaya ini dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses produksi perusahaan. 5S telah menjadi semboyan kerja dan prinsip yang harus diikuti oleh para pekerja di Perusahaan Jepang yang tersebar di berbagai belahan dunia. Selain budaya kerja dengan prinsip 5S, ada konsep budaya kerja yang lain yaitu *Hourensou* atau singkatan dari *houkoku*, *renraku*, dan *soudan*. *Hourensou* ini bertujuan untuk menciptakan budaya kerja yang nyaman dengan pola komunikasi yang efektif. Penelitian tentang Budaya kerja 5S dan *Hourensou* seperti yang di atas sudah dilakukan oleh Meidi Wollah dan Lietje Lumatauw dalam jurnal yang berjudul “*Pengenalan Budaya Kerja di Jepang sebagai Sistem Edukasi*”.

Itu adalah contoh budaya kerja di Perusahaan Jepang yang dilakukan saat jam bekerja sedangkan budaya kerja yang dilakukan di luar jam bekerja di Perusahaan Jepang adalah Budaya *Nomikai* (飲み会). Budaya *Nomikai* berarti "berkumpul untuk minum-minum". *Nomikai* berarti tempat di mana orang-orang dari organisasi

yang sama, teman dan minum alkohol untuk memperdalam persahabatan dan bersenang-senang. Alasan mengapa *Nomikai* diadakan secara aktif dengan orang-orang yang bekerja di Perusahaan Jepang adalah untuk memfasilitasi diskusi yang jujur dan kelancaran komunikasi. Selain itu, melalui *Nomikai* dapat memperdalam persahabatan dengan orang-orang di Perusahaan dan atasan yang biasanya tidak sempat ditemui. Penelitian tentang Budaya *Nomikai* juga sudah dilakukan oleh Muhammad Kaivin Mahasiswa Universitas Darma Persada dalam skripsinya yang berjudul “Budaya Minum *Sake* pada *Nomikai* sebagai Salah Satu Cara *Salaryman* Bersosialisasi di Jepang”. <https://we-xpats.com/ja/guide/as/jp/detail/10226/>

Selain *Nomikai*, budaya kerja yang dilakukan di luar jam bekerja di Perusahaan Jepang adalah Budaya *Bounenkai*. *Bounenkai* (忘年会) berarti “Pertemuan untuk melupakan tahun”. Maksudnya, *Bounenkai* (忘年会) adalah acara berkumpul bersama rekan kerja atau teman untuk melupakan masalah-masalah dan kenangan buruk yang terjadi saat bekerja pada tahun itu serta berharap banyak hal baik terjadi di tahun yang akan datang. Meskipun disebut dengan pesta akhir tahun, *Bounenkai* tidak diadakan tepat pada tanggal 31 Desember atau Malam Tahun Baru. Perusahaan-perusahaan Jepang biasanya mengadakan *Bounenkai* di warung-warung khas Jepang (*izakaya*) atau di restoran maupun di tempat-tempat yang lain. Biasanya minuman beralkohol menjadi bagian dari menu utama, sehingga acaranya sudah dapat dipastikan ramai dan meriah. *Bounenkai* diadakan mulai dari pertengahan bulan Desember, biasanya pada akhir pekan (malam Sabtu atau malam Minggu). *Bounenkai* adalah acara yang sama sekali tidak berhubungan dengan agama atau disebut juga acara non agama. Dalam Bahasa Inggris pesta ini kadang-kadang diterjemahkan sebagai *Year End Party*, *Forget Year Party*, atau tidak diterjemahkan sama sekali dan tetap ditulis sebagai *Bounenkai*. Pesta ini dapat dikatakan sudah menjadi tradisi unik di Perusahaan Jepang. <https://japanesestation.com/culture/tradition/bounenkai-pesta-akhir-tahun-di-jepang>

Tradisi *Bounenkai* menjadi salah satu cara orang Jepang berkomunikasi dari hati ke hati dengan teman sejawat di tempat kerja. *Bounenkai* juga menjadi wadah untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada mereka yang telah bekerja sama dalam suatu pekerjaan selama satu tahun tersebut. Budaya ini menciptakan suasana santai di

luar lingkungan kerja formal dan memperkuat hubungan antar pekerja. *Bounenkai* diadakan dengan tujuan untuk melupakan semua kesulitan yang dihadapi di tahun tersebut dan rasa terima kasih atas kerja keras dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi pada tahun tersebut. Hal ini ditunjukkan agar kita dapat menghadapi tahun yang baru dengan hati yang baru.

Dikarenakan penelitian tentang Budaya Kerja *Hourenso*, *5S* dan *Nomikai* sudah banyak dilakukan maka penelitian kali ini akan berfokus meneliti tentang budaya *Bounenkai* di Perusahaan Jepang yang berjudul : “*Bounenkai sebagai Budaya Kerja di Jepang*”.

1.2 Penelitian yang Relevan

Adapun penelitian-penelitian yang relevan dengan Tradisi *Bounenkai* Budaya Kerja di Perusahaan Jepang yaitu sebagai berikut :

1. “*Budaya Minum Sake pada Nomikai sebagai Salah Satu Salariman Bersosialisasi di Jepang*” dalam bentuk skripsi Kaivin Muhammad Universitas Darma Persada Tahun 2019”

Dalam penelitian Kaivin di bab 3 membahas tentang Budaya *Bounenkai*, salah satu kegiatan *Nomikai* sebagai salah satu cara *Salariman* bersosialisasi di Jepang. Persamaan penelitian Kaivin dan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *Bounenkai* sebagai salah satu cara bersosialisasi di Jepang.

Perbedaannya adalah dalam penelitian Kaivin hanya sedikit membahas tentang pengertian *Bounenkai* sebagai salah satu budaya untuk *Salariman* bersosialisasi di Perusahaan Jepang sedangkan penelitian ini membahas tentang Budaya *Bounenkai*, tata cara pelaksanaan *Bounenkai* di Perusahaan Jepang dan sejarah perkembangan *Bounenkai* di Jepang

2. “*Konsumsi Minuman Beralkohol dalam Kacamata Kehidupan Orang Jepang*” dalam bentuk skripsi Regita Choirunnisa Universitas Negeri Jakarta Tahun 2021”

Dalam penelitian Regita di bab 2 membahas tentang *Bounenkai* salah satu kegiatan untuk minum-minuman beralkohol sebagai salah satu cara untuk melupakan kesulitan sepanjang tahun di Jepang. Persamaan penelitian Regita dan

penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *Bounenkai* sebagai salah satu cara orang Jepang melupakan kesulitan sepanjang tahun.

Perbedaannya adalah dalam penelitian Regita hanya sedikit membahas tentang pengertian *Bounenkai* sebagai salah satu kegiatan untuk minum-minuman beralkohol sedangkan penelitian ini membahas tentang Budaya *Bounenkai*, tata cara pelaksanaan *Bounenkai* di Perusahaan Jepang dan sejarah perkembangan *Bounenkai* di Jepang

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa akhir Semester 7 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang memiliki minat yang rendah untuk bekerja di perusahaan asing selain Perusahaan Jepang yang ada di Indonesia
2. Orang Indonesia yang bekerja di Perusahaan Jepang susah beradaptasi terhadap budaya kerja di Perusahaan Jepang
3. Orang Indonesia mengalami *culture shock* karena perbedaan budaya kerja antara Indonesia dan Jepang
4. Tidak ada edukasi mengenai budaya kerja di Perusahaan Jepang pada masyarakat Indonesia yang akan bekerja di Perusahaan Jepang
5. Tidak ada edukasi spesifik mengenai budaya kerja di Perusahaan Jepang khususnya Budaya *Bounenkai* di Perusahaan Jepang

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan uraian di atas, penelitian yang membahas budaya kerja di Perusahaan Jepang sudah banyak dilakukan dan pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah "*Bounenkai Sebagai Budaya Kerja di Jepang: Studi Kasus pada Perusahaan Otomotif di Jepang*".

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sejarah perkembangan *Bounenkai* di Jepang ?
2. Bagaimana tata cara pelaksanaan *Bounenkai* di Perusahaan Jepang ?
3. Apakah tujuan melakukan *Bounenkai* bagi pekerja di Jepang ?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui sejarah perkembangan *Bounenkai* di Jepang
2. Mengetahui tata cara pelaksanaan *Bounenkai* di Perusahaan Jepang
3. Mengetahui tujuan pekerja di Jepang melakukan *Bounenkai*

1.7 Landasan Teori

1. *Bounenkai* (忘年会)

忘年会（ぼうねんかい）とは、年末に催される宴会のことである。一般的には、その年の苦勞を忘れるために執り行われる宴会を意味する。

“Pesta akhir tahun adalah jamuan makan yang diadakan pada akhir tahun. Umumnya, ini mengacu pada jamuan makan yang diadakan untuk melupakan kesulitan tahun ini “. <https://kotobank.jp/word/忘年会-628393>

Dengan kata lain, secara harfiah berarti pesta makan malam atau pesta minum dengan tujuan melupakan kesulitan dan hal-hal tidak menyenangkan tahun lalu dan menyambut tahun depan dengan perasaan baru. *Bounenkai* dilakukan di mana teman-teman berkumpul dengan dalih pesta akhir tahun dan itu hanya pesta minum, tetapi penting untuk diingat bahwa makna aslinya adalah melupakan kesulitan tahun ini.

社会学者の園田英弘（1947～2007）は著書『忘年会 2006:11』のなかで、組織的に大人数で年忘れを行う忘年会を「近代忘年会」と名付け、その起源

を明治中期と分析している。宗教的意味付けや特定行事様式のない、日本の風習の一種である。

“Dalam bukunya ``*Bounenkai* (2006:11),” Sosiolog Hidehiro Sonoda (1947-2007) menyebut pesta akhir tahun di mana banyak orang berkumpul untuk merayakan tahun baru secara terorganisir sebagai ``pesta akhir tahun modern” dan menganalisis asal usul *Bounenkai* pada pertengahan Periode Meiji. Ini adalah jenis adat istiadat Jepang yang tidak memiliki makna keagamaan atau gaya acara tertentu”.(<https://www.yomiuri.co.jp/column/japanesehistory/20201222-OYT8T50000/>)

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa yang dimaksud *Bounenkai* adalah kegiatan perjamuan makan dan minum untuk melupakan masalah atau kesulitan tahun ini dan menyambut tahun baru dengan perasaan baru.

2. Budaya Kerja

Budaya kerja yang juga dikenal sebagai budaya perusahaan memiliki definisi yang melibatkan pola khusus dari asumsi, nilai-nilai, dan norma bersama. Menurut Jackson, et al (2010:71), budaya kerja membentuk aktivitas-aktivitas, bahasa, simbol-simbol, dan acara-acara sosialisasi karyawan dalam suatu perusahaan. Budi Paramita, seperti yang dikutip oleh Ndraha (2005:208), menjelaskan bahwa budaya kerja merujuk pada sekelompok pikiran dasar atau program mental yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi kerja dan kerjasama manusia dalam suatu kelompok masyarakat. Dengan demikian, budaya kerja mencakup unsur-unsur yang membentuk lingkungan kerja dan memengaruhi perilaku serta interaksi di dalam perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa yang dimaksud budaya kerja adalah kegiatan atau aktivitas di dalam perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dalam bekerja dan membentuk kerja sama dengan rekan kerja sehingga mempengaruhi hasil dalam bekerja.

3. Perusahaan

Perusahaan merupakan entitas bisnis yang beroperasi dengan maksud untuk menghasilkan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Komponen-komponen yang terdapat dalam sebuah perusahaan melibatkan keberadaan badan usaha, karakteristik yang bersifat permanen, dan fokus pada pencapaian keuntungan. Jenis perusahaan dapat dibedakan berdasarkan kepemilikan, lingkup pekerjaan, dan struktur hukumnya. (<https://www.selasar.com/pengertian-perusahaan/#a> Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982)

Menurut Molengraaff dalam Sekaran (2013:31-32) pengertian perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, untuk memperoleh penghasilan, bertindak keluar, dengan cara memperdagangkan, menyerahkan atau mengadakan perjanjian-perjanjian perdagangan. Pengertian perusahaan di sini tidak mempersoalkan tentang perusahaan sebagai badan usaha, namun justru perusahaan sebagai perbuatan, jadi terkesan hanya meliputi kegiatan usaha.

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa perusahaan adalah suatu badan usaha yang melakukan kegiatan produksi secara terus-menerus dan menghasilkan suatu barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan tersebut. Perusahaan umumnya mempunyai karyawan yang dipekerjakan dan mendapat upah dari hasil pekerjaannya.

1.8 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, dengan cara mengumpulkan data kualitatif seperti buku-buku dan artikel-artikel yang relevan dengan permasalahan. Pengumpulan data dilakukan dengan Metode Pustaka dan survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pekerja di Jepang. Metode kepustakaan adalah data yang digunakan diperoleh dengan cara mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan penelitian terdiri dari buku, jurnal dan *website*. Sebagai sumber referensi utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku yang berjudul "*Bounenkai*" yang ditulis oleh Hidehiro Sonoda.

1.9 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan dikembangkan menjadi penelitian yang lebih baik berikutnya

Manfaat Praktis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai sejarah perkembangan *Bounenkai* atau pesta akhir tahun di Jepang

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Penulisan skripsi ini terdiri atas empat bab. Garis besar dari setiap bab dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bab pertama yaitu bab pendahuluan, terdiri dari latar belakang permasalahan, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penyusunan.
2. Bab kedua yaitu memaparkan tentang budaya kerja di Perusahaan Jepang dan perkembangan *Bounenkai* di Jepang.
3. Bab ketiga menjelaskan tata cara melakukan *Bounenkai* dan survei Pesta Akhir Tahun kepada responden pekerja di Jepang.
4. Bab keempat yaitu kesimpulan.

