

**Strategi Kesopanan Berbahasa Jepang dalam Korespondensi Surat Elektronik
Bisnis Sesuai Yang Disarankan Oleh Penutur Asli Bahasa Jepang**

Rike Febriyanti

Brawijaya University, Indonesia

Email: febriyanti1981@gmail.com

ABSTRACT

From 2016 to 2017, the writer composed a pocket book correspondence business email in Japanese language for her students who were completing internship program at Japanese companies in Indonesia. To assess the quality of the book in the perspective of native Japanese speakers who were business practitioners in Indonesia, the writer asked the native speakers to assess and to give advice on the quality of the book. The native speakers then suggested some aspects to be reviewed in the pocket book to make the sentences more polite without losing their practicality and effectiveness. This current study attempted to investigate the use of politeness strategies as suggested by two Japanese native speakers, in the theoretical framework as defined by Brown and Levinson (1978), among businessmen in their written international business communication especially in email. Based on interview and analysis made by the native speakers, the writer found that they suggested using positive and shorter expressions in expressing orders, requests, offers, complaints, apologies, and suggestions.

KEYWORDS

politeness strategies, business email, correspondence

ABSTRAK

Dalam kurun 2016 sampai 2017, penulis telah menyusun sebuah buku saku yang berisi cara korespondensi surat elektronik bisnis berbahasa Jepang bagi mahasiswa program studi Pendidikan bahasa Jepang yang sedang menjalani program KKN magang di perusahaan Jepang di Indonesia. Untuk menilai kualitas dari buku saku tersebut, penulis meminta para penutur asli untuk menilai dan memberi saran bagi perbaikan buku tersebut. Para penutur asli kemudian memberi ulasan dan saran atas beberapa aspek bahasa supaya bahasa yang digunakan lebih sopan tanpa kehilangan kepraktisan dan keefektifannya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti strategi kesopanan berbahasa yang disarankan oleh para penutur asli seperti yang diformulasikan oleh Brown dan Levinson (1978) khususnya bahasa yang digunakan di dalam kalangan pebisnis dalam komunikasi tulis berskala internasional. Berdasar interview dan revisi tertulis yang diberikan oleh para penutur asli, penulis berkesimpulan bahwa para penutur asli menyarankan strategi kesopanan berbahasa secara positif dan ungkapan yang lebih singkat ketika menyampaikan perintah, permintaan, penawaran, keluhan, permintaan maaf dan memberi saran.

KATA KUNCI

Strategi Kesopanan, email bisnis, koresponden

PENDAHULUAN

Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) (<http://www.beritasatu.com/ekonomi/244575-bkpm-realisasi-penanaman-modal-2014-melebihi-target.html>), penulis menyimpulkan bahwa Jepang adalah pihak dengan pemenuhan penanaman modal terbesar nomor dua di Indonesia dibawah Singapura. Menjelang kuartal ketiga 2016, penanaman modal dari Jepang adalah sekitar 4.498.000 dolar AS atau

menyumbangkan 21 persen dari total Penanaman Modal Asing (PMA) dari 114 negara di Indonesia sebanyak 21.461.000 dolar AS. Mulai 2009 lebih banyak pihak yang berpenanaman modal ke Indonesia, bahkan selama enam bulan pertama 2016, penanaman modal yang masuk dari Jepang adalah sekitar 2,8 miliar dolar atau sekitar 20 persen dari total Penanaman Modal Asing (PMA).

Dari data di atas, menunjukkan bahwa masa depan penanaman modal dari negara Jepang di Indonesia, khususnya di Jawa Timur sangat besar pada tahun lalu dan akan sangat cerah di tahun mendatang. Jumlah penanaman modal yang besar dari Jepang jika direalisasikan akan menuntut sejumlah besar tenaga kerja sebagai akibat langsung dari penanaman modal. Di sisi lain, penanaman modal dari luar negeri menuntut tenaga kerja yang mampu berkomunikasi dalam bahasa Jepang karena penanaman modal asing selalu mencakup komunikasi dengan perusahaan induk, pemerintah negara asal investor dan pihak lain yang berkepentingan berasal dari negara investor.

Kita harus menyadari bahwa pihak penanam modal dari Jepang tidak selalu menguasai bahasa Inggris dan sering lebih nyaman menggunakan bahasa ibu mereka. Seringkali perusahaan induk di Jepang, pemerintah Jepang dan pihak berkepentingan lainnya dari Jepang mencoba untuk menghubungi perusahaan Jepang di Indonesia melalui berbagai media seperti telepon, faksimili atau e-mail yang paling populer dan efektif. Jika staf yang melayani komunikasi tidak mampu untuk melayani komunikasi secara efektif, efisien dan menggunakan aturan bahasa yang benar maka akan menghambat komunikasi dan merugikan perusahaan secara keseluruhan.

Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang Universitas Brawijaya setiap tahunnya mengirim mahasiswa untuk mengikuti program KKN di berbagai perusahaan. Beberapa mahasiswa memilih untuk magang di beberapa perusahaan penanaman modal asing dari Jepang untuk melatih kemampuan bahasa Jepang mereka. Di perusahaan perusahaan tersebut, para mahasiswa diminta untuk membantu staf yang ada di berbagai bidang pekerjaan seperti menerjemahkan dokumen-dokumen, menjawab panggilan telepon, membalas e-mail dan sebagainya. Tahun 2016 penulis membimbing 6 mahasiswa yang melakukan magang di sebuah perusahaan penanaman modal asing Jepang di Pasuruan, Jawa Timur. Selama membimbing para mahasiswa tersebut, penulis mendengar keluhan dari mahasiswa yang mengaku mengalami kesulitan menjawab dan menulis e-mail berbahasa Jepang. Keluhan ini sangat wajar karena sejak awal, mahasiswa tidak pernah mendapat kuliah tentang prosedur yang sesuai untuk menulis e-mail dengan menggunakan bahasa Jepang karena mereka berada di Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang. Selain itu, bahasa Jepang yang mereka hadapi adalah bahasa Jepang di bidang bisnis yang tentu saja memiliki aturan dan prinsip sendiri.

Penulis kemudian mengambil inisiatif untuk menyusun sebuah buku saku tentang korespondensi e-mail berbahasa Jepang karena penulis menyadari bahwa untuk saat ini tidak mungkin untuk mengadakan kursus tentang topik penulisan email bisnis berbahasa Jepang mengingat konsentrasi Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang UB adalah untuk menghasilkan lulusan yang mampu untuk menjadi guru bahasa Jepang. Jika penulis melakukan pelatihan singkat atau seminar dengan topik korespondensi e-mail Jepang maka seminar atau pelatihan akan memakan banyak biaya dan waktu yang lama. Selain itu, jika buku saku ini telah selesai secara sempurna buku saku ini akan terus berguna karena sebenarnya mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang Universitas Brawijaya benar-benar memiliki dasar kemampuan berbahasa Jepang yang cukup untuk memahami dan mempraktekkan isi dari buku saku yang akan disiapkan oleh penulis di masa depan.

Pada akhir tahun 2017, proses penulisan buku saku e-mail berbahasa Jepang akhirnya selesai. Setelah menyelesaikan penulisan buku saku, penulis merasa perlu untuk mendapatkan umpan balik dari penutur asli bahasa Jepang. Proses ini memakan waktu lama karena penulis ingin pembicara Jepang asli yang juga seorang praktisi bisnis yang memberi masukan terhadap kualitas buku saku. Penulis menganggap kriteria ini sangat penting karena seperti yang kita

semua tahu bahasa bisnis memiliki aturan dan prinsip sendiri. Selama ini penutur asli yang dihadapi oleh penulis adalah guru bahasa Jepang yang tentu tidak memiliki pengalaman menulis email dalam dunia bisnis, Oleh karena itu penulis menghubungi beberapa penutur asli yang bekerja di perusahaan penanaman modal Jepang di Jawa Timur. Ada 2 penutur asli yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan umpan balik.

Ada banyak aspek yang dikoreksi dan dikritik oleh kedua penutur asli tapi penulis berfokus pada strategi kesopanan berbahasa karena setiap pelajar bahasa Jepang yang bekerja di ekosistem bisnis Jepang akan perlu belajar bahasa baru yang disebut *keigo*. *Keigo* (Nishida, 1992: 227) disebut `kesopanan` dalam bahasa Jepang yaitu bahasa yang dirancang untuk menunjukkan rasa hormat, dan wajib menggunakannya dalam banyak situasi sosial. Setelah mendapat umpan balik dari kedua penutur asli yang merupakan pelaku bisnis di perusahaan penanaman modal asing di Indonesia, penulis ingin mengetahui strategi kesopanan yang disarankan oleh para penutur asli tersebut. Hal ini merupakan hal yang sangat penting karena strategi kesopanan berbahasa akan sangat berdampak pada kesuksesan dari sebuah komunikasi bisnis dalam lingkup budaya Jepang. Penulis ingin memperbaiki dan meningkatkan kualitas dari buku saku email bisnis berbahasa Jepang yang ia susun sehingga hasil akhirnya buku saku tersebut tidak hanya tepat secara gramatikal atau pilihan kata katanya tetapi juga memenuhi kaidah kesopanan yang berlaku dilingkungan bisnis perusahaan perusahaan Jepang. Umpan balik dari penutur asli yang berlatar belakang bisnis adalah yang dianalisis oleh penulis dalam bentuk penelitian berjudul *Strategi Kesopanan Berbahasa Jepang dalam Korespondensi Surat Elektronik Bisnis Sesuai Yang Disarankan Oleh Penutur Asing Bahasa Jepang*.

TINJAUAN PUSTAKA

Brown dan Levinson (1978) telah menulis sebuah teori kesopanan berbahasa yaitu “*the public self-image or image of self which can be lost, maintained, or enhanced*” atau “masyarakat citra diri” atau gambar diri yang dapat hilang, dipertahankan, atau ditingkatkan. Ide ini terdiri dari dua bagian: sisi positif dan sisi negatif. Sisi positif adalah rasa ingin untuk memiliki dan untuk disetujui, dihargai, dan diterima. Sisi negatif adalah “klaim fundamental untuk sebuah tempat, yang diabdikan secara pribadi, hak untuk bebas dari gangguan, dan kebebasan bertindak dari pemaksaan” (Brown & Levinson, 1978, hal. 61). Menurut Brown dan Levinson (1978), beberapa tindakan intrinsik mengancam wajah yang dituju; mereka menyebut tindakan ini sebagai “Face Threatening Acts” (FTA) atau tindakan yang mengancam sisi. FTA termasuk tindakan yang mengancam sisi positif atau negatif, atau kedua sisi positif dan negatif secara bersamaan. Kita bisa mengambil contoh, ketika ada seorang yang berbicara yang berisi permintaan maaf, maka permintaan maaf terlihat seperti mengancam sisi positif dari pembicara, sementara ketika berbicara untuk menunjukkan rasa terimakasih akan terlihat seperti mengancam sisi negatif dari pembicara. Dilain pihak perintah dan saran akan memberi sebetuk ancaman kepada sisi negatif dari pihak yang diajak bicara, sementara wajah positif dari penerima potensial berada dalam keadaan terancam ketika menghadapi kritik, keluhan, dan juga perbedaan pendapat.

Jumlah FTA atau sejauh mana mereka mengancam wajah pembicara atau penerima ditentukan oleh tiga elemen: (a) jarak sosial antara pembicara dan pendengar, (b) kemampuan relatif, dan (c) tingkat pembebanan dalam budaya tersebut. Semakin besar ketiga faktor ini semakin besar tingkat dari keseriusan FTA seperti dinyatakan oleh Nickerson (1999), dan semakin serius kondisi FTA tersebut maka semakin besar kemungkinan pembicara untuk melakukan strategi kesopanan berbahasa untuk meminimalisir tingkat ancaman ke sisi penerima atau pendengar, utamanya ketika penerima memiliki kemampuan lebih besar atau ketika dia berada pada jarak sosial yang lebih tinggi daripada pembicara (Maier, 1992). Dalam surat menyurat bisnis, pembicara adalah pengirim dan penerima adalah penerima surat. Karena kandungan dasar surat menyurat bisnis meliputi isu-isu seperti perintah, permintaan,

penawaran, keluhan, permintaan maaf, dan saran maka teori teori kesopanan berbahasa yang tersebut diatas menjadi relevan untuk diaplikasikan.

Nickerson (1999) melakukan penelitian terhadap penggunaan strategi kesopanan berbahasa yang dinyatakan oleh Brown dan Levinson (1978) untuk memperoleh sebuah pengertian yang menyeluruh tentang bagaimana relasi antara pengirim dan penerima mempengaruhi retorika di dalam surat (Nickerson, 1999). Dalam studinya, dia menyelidiki korpus dari 82 surat-surat bisnis non-teknis untuk dianalisis. Dalam penelitian tersebut Niekreson menemukan beberapa strategi positif dan negatif seperti berikut yang telah diidentifikasi seperti yang paling banyak terjadi di surat-surat yang dia diperiksa: 1. Strategi Kesopanan Positif, 2. Penggunaan format alamat yang tepat 2. Membangun kesamaan 3. Optimis 4. Pengirim menunjukkan pengetahuan dan kepedulian terhadap penerima dengan Strategi Kesopanan Negatif. Dalam penelitian ini Strategi Kesopanan Negatif dibagi menjadi: 1. Lihat catatan utang 2. Menunjukkan rasa hormat 3. Menunjukkan rasa Pesimis 4. menghormati nilai 5. mengurangi Kerugian 6. Menghilangkan personalisasi dari pengirim dan penerima 7. Menerima pengaruh buruk. 8. Menyatakan alasan 9. Permohonan maaf.

Beberapa riset yang meneliti tentang kesopanan berbahasa, dalam bahasa lisan dan naskah tertulis seperti dilakukan oleh Kitamura (2000). Myers (1989) menerapkan model penelitian kesopanan berbahasa ke dalam artikel jurnal. Beberapa penelitian tentang penerapan strategi kesopanan berbahasa untuk naskah surat menyurat bisnis (Pilegaard, 1997; Jansen & Janssen, 2010; Maier, 1992; Nickerson, 1999) dan sejumlah penelitian lain meneliti strategi kesopanan yang digunakan oleh penutur asli dan non – penutur asli bahasa Inggris (misalnya penelitian oleh Carrell & Konneker, 1981). Maier (1992) menyelidiki strategi kesopanan yang ditemukan didalam surat menyurat bisnis baik oleh penutur asli dan non-penutur asli. Para peneliti tersebut kemudian meneliti surat-surat penutur asli untuk “konstruksi khusus yang bisa dikategorikan sebagai strategi kesopanan berbahasa seperti yang disebut dalam model Brown dan Levinson” (hlm. 193). Kemudian, peneliti membandingkan data penutur asli dengan data pembicara non penutur asli untuk menentukan persamaan dan perbedaan antara dua kelompok.

Berdasar pengamatan dari penulis, belum ada penelitian yang secara spesifik mengulas mengenai strategi kesopanan berbahasa terutama dalam email bisnis berbahasa Jepang yang diproduksi oleh penutur asli dari kalangan bisnis yang bekerja di wilayah Indonesia. Penulis menandai bahwa penelitian mengenai kesopanan berbahasa paling banyak dilakukan di lingkup bahasa Inggris dan bahasa bahasa lainnya seperti bahasa Indonesia, bahasa Cina dan lain sebagainya. Berikut ini adalah beberapa penelitian mengenai kesopanan berbahasa dalam lingkup bisnis:

1. Effects of positive politeness strategies in business letters oleh Frank Jansen dan Daniel Janssen (Jurnal of Pragmatics, [Volume 42, Issue 9](#), September 2010, Pages 2531-2548). Penelitian ini membahas mengenai akibat dari strategi kesopanan berbahasa positif dalam lingkup dokumen bisnis berbahasa Inggris.
2. Politeness Strategies in Pakistani Business English Letters oleh Mariam Gillani dan Dr. Rashid Mahmood (3 Juni 2014). Penelitian ini bersifat mengkesplorasi ragam kesopanan berbahasa dalam berbagai surat bisnis berbahasa Inggris yang dibuat oleh orang Pakistan dalam kurun waktu 1 tahun.
3. Politeness strategies in firms' answers to customer complaints oleh Pierre-Nicolas Schwab dan Laurence Rosier dalam CEB Working Paper N° 13/023 2013. Penelitian ini membahas strategi kesopanan berbahasa dalam tindak laku dan ucapan berbahasa Inggris dari para pelanggan perusahaan ketika mereka mengajukan keluhan atas pelayanan perusahaan.

Oleh karena itu penulis berkeyakinan bahwa artikel ini akan memicu penelitian-penelitian lanjutan mengenai bahasa Jepang dalam lingkup bisnis di Indonesia dan pada akhirnya akan memberi kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan profil mahasiswa Program Studi

Pendidikan Bahasa Jepang dalam pasar kerja di perusahaan perusahaan Penanaman Modal Asing dari Jepang di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif yang bermaksud untuk menunjukkan penjelasan atau memberi gambaran secara sistematis, aktual, dan akurat untuk sesuatu hal yang dianalisa. Menurut Bogdan dan Taylor (1975) dalam Moleong (2004:3): metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Miles and Huberman (1994) dalam Sukidin (2002:2) menyatakan bahwa metode kualitatif berupaya untuk memberi penjelasan yang mendalam atas berbagai fenomena yang terjadi pada individu, kelompok, masyarakat, dan/atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Peneliti dalam langkah awal menyeleksi koreksi yang diberikan oleh penutur asli per kalimat karena penutur asli juga mengoreksi kesalahan ketik dan tata letak seperti yang disarankan oleh Moleong (1998) bahwa sumber data penelitian kualitatif adalah data yang berupa kata-kata lisan atau tulisan yang dicermati oleh peneliti, agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya. Peneliti kemudian meneliti aspek kesopanan berbahasa Jepang dari hasil koreksi per kalimat tersebut. Hasil yang diperoleh digunakan untuk tujuan mempersiapkan kesimpulan akhir dari strategi bahasa sopan yang digunakan oleh penutur asli di email bisnis Jepang.

Lokasi penelitian ini adalah Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang Universitas Brawijaya dan perusahaan penanaman modal Jepang di Jawa Timur. Sedangkan objek penelitian ini merupakan koreksi yang diberikan oleh penutur asli untuk bisnis email buku saku Jepang yang dibuat oleh penulis. Pengambilan data dilakukan dengan teknik sampel utuh, data yang diperoleh tanpa diacak, tapi langsung sebanyak sekitar 34 koreksi untuk 34 kalimat dalam buku saku. Karena tidak semua koreksi kalimat tersebut adalah tentang strategi kesopanan, maka penulis tidak menyertakan koreksi selain tentang kesopanan berbahasa Jepang. Analisis data dimulai dari teks yang telah mendapat koreksi dari penutur asli. Analisis ini menggunakan metode analisis wacana. Melakukan analisis berarti melakukan penelitian untuk mengenali struktur teks yang telah diperbaiki secara keseluruhan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pendapat para penutur asli tentang materi buku saku e-mail bisnis Bahasa Jepang adalah: secara umum, materi yang disampaikan relevan dan mewakili judul buku saku, tidak ada kesalahpahaman, materi yang disampaikan cukup komprehensif dengan realitas dalam perusahaan, sesuai dengan kompetensi yang ingin dicapai, materi yang cukup dalam, tapi masih perlu ditambahkan contoh dan ilustrasi yang menarik sehingga siswa memiliki gambaran konkret dari materi. Sesuai dengan hasil wawancara dengan penutur asli dari Jepang, secara umum, buku saku ini akan menjadi cukup mudah dipahami oleh pendidikan bahasa Jepang mahasiswa yang sedang melakukan magang di perusahaan penanaman modal Jepang yang tidak pernah menerima materi yang sama di bangku perkuliahan.

Tabel 1 adalah daftar koreksi yang diberikan oleh kedua penutur asli.

Tabel 1 Daftar Koreksi oleh Penutur Asli

	Koreksi Pembicara asli	Penulis Catatan
1	いつも大変お世話になってお	Menurut kedua penutur asli, kalimat ini

	<p>ります。●●^{しょうじ}商事の *この度はお問い合わせ頂きありがとうございます。</p>	<p>adalah untuk menunjukkan rasa terima kasih telah bersedia untuk membangun hubungan untuk hari ini. Berdasarkan pengalaman mereka, kalimat sebelumnya dalam buku yang disusun oleh penulis adalah kurang tepat karena hanya menunjukkan rasa syukur pada umumnya.</p>
2	<p>くれぐれも^{おんみ}御身.お大事になさって くださいま *くれぐれもお体を,</p>	<p>e-mail bisnis di Jepang umumnya ditulis menggunakan bahasa bahasa yang sopan, yang disebut "keigo". Kecuali pengirim dan penerima saling mengenal dengan baik. Jika penulis e-mail tidak yakin apakah akan menggunakan <i>keigo</i> atau tidak, sebaiknya penulis e-mail ataupun penerima memberitahukan bahwa itu tidak perlu. Fakta bahwa <i>keigo</i> sangat dibutuhkan dan dianggap standar, menunjukkan indikasi betapa pentingnya sopan santun dalam korespondensi. Penutur asli menunjukkan bahwa kata yang digunakan sebelumnya oleh penulis yang terlalu sopan untuk digunakan dalam surat antar perusahaan.</p>
3	<p>田様,いつも大変お世話になって おります...⑦ ウイズ商品開発部の小黒で す...⑧ ...⑨ 新商品発表会の次回の打ち合わせ の日をお知らせ申し上げます。 *次回新商品発表会の打ち合わせ 日を下記致します記</p>	<p>Saat menulis subjek, penutur asli menyarankan untuk menyertakan penjelasan singkat dari isi email tersebut untuk mengetahui pentingnya. Contoh dari「お問い合わせ」.「ご至急」.「お詫び」, Dan seterusnya. Dalam rincian lebih lanjut, penutur asli menyarankan penulis untuk membuat subjek email sederhana sehingga lebih cepat untuk dipahami dan segera ditanggapi oleh penerima. Hal ini mengingat bahwa perusahaan mendapatkan ratusan e-mail per hari.</p>
4	<p>資料等はこちらでご用意いたします。 お忙しいところ誠に恐縮ですが、 ご出席くださいますようお願い 申し上げます。 *欠席だったらどうしますか。(?)</p>	<p>Menurut penutur asli, kata-kata di atas masih harus dipertimbangkan untuk konfirmasi jika perusahaan mitra tidak dapat memenuhi undangan. Seperti kita ketahui, perusahaan biasanya menggunakan beberapa cara penyampaian undangan baik secara formal melalui surat (tertulis atau email) atau semi-formal melalui telepon. Perusahaan pengundang biasanya mengundang melalui e-mail pertama dan kemudian mengkonfirmasi melalui telepon. Jika telepon perusahaan</p>

		<p>diundang telah menyatakan kemampuan maka e-mail undangan berbahasa Jepang bisa seperti di bawah ini: それでは,当日はお気をつけてお越しく下さいませ. お目にかかれますことを心待ちにいたしております ¹¹ * 出席できるという返信が来たら,二回目のメールでこれ書けばいいですが.(?) Tanda Tanya tersebut bermaksud bahwa jika perusahaan mitra tidak dapat memenuhi undangan, maka kita harus melihat pada e-mail dari mereka sebelum menanggapi lagi.</p>
5	<p>先ほど,私から送信されたメールでございます <small>あやま</small> が.誤って送信したものでございます.申し訳ございません. * 送信いたしました * ですが <small>あらた</small> 先ほど改めて,メールをお送りいたしますが * のちほど * 後ほど <small>ご</small> ,まずは誤送信のお詫びと,大変お <small>てすう</small> 手数をおかけ申し訳なく存じます <small>さくじよ</small> が.先のメールの削除を お願いできますと幸いに存じます.宜しくお願い申し上げます. *大変手数おかけして申し訳なく存じますが * 手数おかけいたしますが,</p>	<p>Pada bagian ini penutur asli pertama berpendapat bahwa penggunaan kata "Taihen" jika dikombinasikan dengan awalan "o" sebelum kata "tesuu" akan menggandakan bentuk sopan yang mengakibatkan terdengar berlebihan dan aneh. Penulis email disarankan untuk dapat mempertahankan kesopanan tapi tidak berlebihan karena akan terdengar tidak alami.</p>
6	<p>早速ですが,先ほど,下記のメールが届きました.* 以下 <small>きょうしゆく</small> 誠に恐縮ながら,こちらは誤送信かと思われま <small>ごそうしん</small> 私はこちらのメールをすみやかに <small>さくじよ</small> かに削除いたしますので,念のため</p>	<p>Dalam kasus di atas penutur asli menyatakan bahwa penggunaan kata "Kochira" sudah menandakan e-mail dari pihak pengirim (perusahaan bukan individu) , sehingga tidak alami menggunakan kata "watashi" (saya) karena bukan individu tetapi perusahaan.</p>

	ご確認いただければ幸いです。 何卒宜しくお願い申し上げます。	
7	鶏肉の相性も抜群の特製オイスターソースはハーブたっぷり使用したこだわりの味。*① *ハーブをたっぷり使用したこだわりの味でございます, *ハーブでたっぷり使用したこだわりの一品 当店会員の皆様に、日頃の感謝をこめて、ご試食期間を設けさせていただきました。	Dalam e-mail dari penawaran produk baru, banyak frase dapat digunakan. Menurut pendapat penutur asli 1 dan penutur asli 2 terdapat perbedaan, namun keduanya dapat digunakan sebagai referensi untuk menulis e-mail penawaran produk baru
8	ご確認くださいませようようお願い申し上げます。 *記 ◆ご注文内容 ■商品名:○○ ■数量:◇◇個 ■合計金額:xxxx円 ■ お届け先:御社▲▲支店ご担当◎ ◎様宛 *① 発送準備が整い次第、弊社より発送いたします。 発送が完了いたしましたら、改めてご連絡を申し上げます。	Penutur asli menunjukkan bahwa simbol 記 (catatan) harus diberikan diatas sebelum daftar pesanan untuk menunjukkan bahwa selanjutnya adalah daftar pesanan:
9	後日改めて●●とご挨拶に伺いたいと存じますが、 *ご挨拶にお伺いさせて頂きたく存じますが、 取り急ぎ、メールにてお詫び申し上げます。	Menurut penutur asli dalam e-mail harus menghindari kata "ingin" secara langsung.
10	なお、本メールと行き違いで ご入金いただいております 場合は、ご容赦願います。 *ご容赦頂きたくお願いいたします。	Menurut penutur asli 2: pengirim harus menggunakan kata "menerima / itadaku" untuk menunjukkan rasa terima kasih.
11	1週間遅れたことにつきまして、	#menurut native speaker 1: karena ini protes dari perusahaan kita terhadap keterlambatan pengiriman barang dari

	<p>御社より理由書を提出いただきました。*①</p> <p>*御社より提出いただきました理由書を拝見しましたが、ご事情は理解いたしました。</p>	<p>perusahaan rekanan, maka sebaiknya menggunakan kata tersebut.</p>
12	<p>お取引の停止を検討させていただくこともあろうかと存じます。</p> <p>その点、ご^{ようしゃ}容赦いただければ幸いです。*②</p> <p>*その点、ご理解いただければ幸いです。</p>	<p>Dalam kalimat di atas, menurut penutur asli 1: lebih baik menggunakan kata "dapat memahami / rikai" daripada "menerima pengampunan"</p>
13	<p>来年度も引き続き、取り扱わせていただきたく、ここにご連絡申し上げます。</p> <p>「●●」は売れ行きも好調ですので、</p> <p>来年度は毎月500個の納入をお願いしたいと考えております。</p> <p>*来年度は毎月500個の納入ご検討頂きたく、その場合の取引条件について、</p>	<p>Menurut penutur asli 1: itu sederhana dan jelas untuk menggunakan kata tersebut</p>
14	<p>私、●●社の業務部の◆◆と申します。*②</p> <p>弊社は、雑貨の通信販売Webサイト「△△△」を運営致しております。</p> <p>*「つきまして」なら前にはなにかがある(?)</p> <p>つきましては、発送用機材として、御社製品「◎◎◎」の導入を検討しています。</p> <p>*弊社では</p> <p>*導入を検討しております。</p>	<p>Menurut penutur asli, kata tersebut layak menggunakan jika ada hubungan dengan kalimat sebelumnya yang menjelaskan sesuatu. Harus diganti dengan kata "perusahaan kami / Heisha". Kemudian untuk kalimat terakhir harus menggunakan bentuk sopan</p>
15	<p>恐れ入りますが、取引条件についてお見積り(今月末まで)*③を頂戴したくお願い申し上げます。</p>	<p>Menurut penutur asli 1: harus secara langsung memberi batas waktu kepada perusahaan mitra. Agar kerjasama dapat segera terealisasi</p>

	<p>*取引条件について今月末までにお見積り*③を頂戴したくお願い申し上げます。</p> <p>■製品名:○○○○</p> <p>■台数:5台 ■納品希望日:20××年×月×日</p>	
16	<p>弊社の新サービスにつきまして、○○様はじめ皆様から数々のご意見をいただき、大変参考になりました。</p> <p>*頂戴し 心より感謝申し上げます。*① 今後、皆様のご意見をもとに*元 本サービスをさらに充実させていく所存です。 今後とも*ご指導、鞭撻のほど宜しく お願い致します。 *ご指導、ご鞭撻のほど*ご指導、 ご鞭撻のほど</p>	<p>penutur asli menyarankan bahwa penulis harus menggunakan huruf <i>kanji</i> bukan <i>hiragana</i> untuk memperjelas maksud. Selain itu dibagian ini penutur asli menambahkan awalan “go” untuk memberikan penghormatan dan rasa terimakasih atas bimbingan dan dukungan kerjasama bisnis nya.</p>
17	<p>大変残念なことに*②諸般の事情により、 *大変残念ではございますが。 今回は見送らせていただくことになりました。 大変申し訳ございません。</p>	<p>Penutur asli menyarankan menggunakan kata tersebut.</p>
18	<p>また別媒体のご創刊の際には、ぜひともご案内を頂戴できればと存じます*③</p> <p>今回に懲りず、今後ともなにとぞよろしく願いいたします。 *今後とも何卒よろしく願いいたします。</p>	<p>Penutur asli menyarankan bahwa kalimat dari penulis sebaiknya diganti dengan kalimat yang lebih praktis seperti disamping.</p>
19	<p>いつも大変お世話になっております。 先週の出張の折*①、宴会の席を設けてくださり、本当にあり</p>	<p>Menurut penutur asli 1: penggunaan berlebihan dari partikel yang "menunjukkan kepemilikan" akan terasa ganjil, tetapi menurut penutur asli 2 itu bukan kesalahan. Maka, penulis berpikir itu lebih baik menggunakan partikel</p>

<p>がとうございました.*「の」が 2つあるとよくない(?) ご当地の新鮮な海の幸をご馳 走になり、 舌鼓を打つばかりでした。*(2) *大変美味しく頂戴いたしま した。 また皆様から貴重なお話を伺 うことができましたこと、非 常に嬉しく思っております。</p>	<p>kepemilikan hanya 1, dan penulis memutuskan untuk merubah "先週出張の折" Dengan tidak mengubah makna dan nuansa.</p>
--	---

Pembahasan

Analisis data yang dikumpulkan mengungkapkan bahwa penutur asli menyarankan strategi kesopanan positif. Analisis terhadap saran yang diberikan oleh penutur asli menunjukkan bahwa dalam e-mail ada beberapa variasi dalam pilihan bentuk yang tepat dari strategi kesopanan berbahasa. Selain itu, ada juga perbedaan dalam frekuensi strategi kesopanan yang dipakai oleh dua pihak dengan jarak sosial yang sama dalam rangka untuk mengurangi FTA yang terjadi di surat bisnis. Dalam email bisnis di mana penerima berada di posisi yang lebih tinggi, non-penutur asli terpaksa lebih sering untuk menjaga strategi kesopanan untuk mengurangi FTA dan menyelamatkan wajah penerima. Penelitian surat bisnis bahasa Jepang tersebut menunjukkan beberapa temuan. Pertama, ada perbedaan signifikan dalam penggunaan strategi kesopanan oleh penutur asli dan penulis. Penulis menggunakan strategi kesopanan negatif untuk mengurangi FTA untuk menyelamatkan wajah penerima. Kedua, penulis menggunakan salam yang lebih formal sebagai akibat dari jarak sosial yang besar antara pengirim dan penerima, sedangkan perbedaan antara penutur asli dan non-penutur asli dalam menggunakan strategi kesopanan positif tidak signifikan. Ketiga, analisis e-mail bisnis yang ditulis menunjukkan bahwa penutur asli dan penulis cenderung menggunakan strategi kesopanan positif secara signifikan lebih sering daripada strategi negatif.

Penutur asli menyatakan bahwa para pelaku bisnis memiliki tata cara tersendiri dalam menggunakan e-mail untuk mencapai tujuan-tujuan bisnisnya. Seperti kita ketahui bersama Jepang memiliki formalitas yang dibangun ke dalam tata bahasa dan bentuk bahasanya. Sebuah e-mail bisnis, sebagai produk berbahasa itu sendiri, akan secara erat dan linier mengikuti aturan formalitas dalam bahasa induknya. Meskipun seorang pengusaha mungkin dalam relasinya sangat erat dengan rekan-rekan bisnis Jepang-nya, menjaga formalitas ini dalam korespondensi resmi tidak hanya benar budaya tetapi juga sopan. Ketika sebuah email menjadi terlalu informal, bahkan dalam e-mail pribadi, maka e-mail tersebut akan tampak sedikit tidak normal dan tidak standar bagi rekan bisnis dari Jepang.

Para penutur asli yang menjadi narasumber dari penulis menunjukkan bahwa kesederhanaan dan sensitivitas adalah inti dari etika bisnis Jepang. Secara tradisional, budaya Jepang memiliki aturan dan etiket yang sangat ketat yang sesuai untuk setiap situasi, dan interaksi antara tiap elemen masyarakat di Jepang. Kehidupan berbisnis di Jepang disebut sangat formal dan tinggi "jarak" budayanya di mana perbedaan antara atasan dan bawahan sangat jelas dan setiap orang diharapkan untuk mengetahui tempat, waktu dan cara untuk mengekspresikan diri. Selain itu, perbedaan utama antara budaya lain dan etiket bisnis Jepang adalah bahwa orang Jepang cenderung lebih formal.

Bahasa Jepang memiliki sistem hirarki yang tepat dan canggih, lengkap dengan bahasa sopan santun khusus yang disebut sebagai *keigo* (敬語^{けいご}), yang meliputi pola bicara, isyarat nonverbal dan lain sebagainya. Tidak jarang perusahaan menghabiskan waktu untuk mengajar nuansa *keigo* kepada karyawan baru, yang baru saja lulus dari universitas dan yang memiliki kehidupan relatif bebas. Bahkan orang-orang Jepang membuat kesalahan dalam *Keigo*, seperti beralih arah dan berurusan kehormatan untuk diri mereka sendiri dan menggunakan ekspresi sederhana bagi pelanggan mereka. Karena keadaan ini, maka sangat penting untuk mengetahui tentang pola kepatutan yang diadopsi oleh perusahaan mitra bisnis sehingga dapat beradaptasi dengan pola komunikasi melalui e-mail.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Ada beberapa kesimpulan dasar dapat berasal dari data dan analisa di atas:

1. Dalam berkomunikasi menggunakan e-mail di lingkungan bisnis disarankan untuk menggunakan ekspresi yang lebih praktis tetapi formal untuk mempertahankan strategi kesopanan positif.
2. Penulis dan non-penutur asli lainnya harus menyadari aspek kesopanan bahasa Jepang terutama ketika datang ke lingkungan bisnis orang Jepang.
3. Penutur asli menekankan sifat dari surat bisnis terutama e-mail yaitu kepraktisan bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan dalam bisnis.

Saran

Buku saku dan penelitian dengan judul “*Strategi Kesopanan dalam Korespondensi Surat Elektronik Bisnis Bahasa Jepang seperti Disarankan oleh Penutur Asli Bahasa Jepang*” ini akan mempunyai muatan yang lebih beragam dan lebih dalam jika narasumber penutur asli Bahasa Jepang berlatar belakang bisnis dengan jumlah yang lebih banyak dan berasal dari perusahaan yang bergerak di bidang yang berbeda beda. Buku saku dan penelitian ini akan mempunyai tingkat realibilitas yang tinggi jika diujicobakan kepada pemelajar bahasa Jepang di tingkat universitas yang sedang melakukan praktik kerja lapangan di perusahaan Jepang dan staf administrasi di berbagai perusahaan yang bekerjasama dengan perusahaan Jepang ataupun perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) dari Jepang itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, P. & Levinson, S. (1978). *Universals in language usage: Politeness phenomena*. In E. Goody (Ed.), *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction* (pp. 56-311). Cambridge: Cambridge University Press.
- Carrell, P.L. & Konneker, B.H. (1981). *Politeness: Comparing native and nonnative judgment*. *Language Learning*, 31 (1), 17-30.
- Eelen, G. (2001). *A Critique of Politeness Theories*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Fraser, B. (2005). *Whither politeness*. In R. Lakoff & S. Ide (Eds.), *Broadening the Horizon of Linguistic Politeness* (pp. 65-83). Philadelphia: John Benjamins.
- Gilks, K. (2010). *Is the Brown and Levinson (1987) model of politeness as useful and influential as originally claimed? An assessment of the revised Brown and Levinson (1987) model*. *Innervate*, 2, 94-102.
- Goffman, E. (1976). *Replies and responses*. *Language in Society*, 5 (3), 257-313.
- Guffey, M.E. & Loewy, D. (2012). *Essentials of Business Communication (9th Ed.)*. Mason: South Western Cengage Learning.

- Holmes, J. (1990). *Hedges and boosters in women's and men's speech*. Language and Communication, 10 (3), 185-205.
- Jansen, F. & Janssen, D. (2010). *Effects of positive politeness strategies in business letters*. Journal of Pragmatics, 42 (9), 2531-2548.
- Kitamura, N. (2000). *Adapting Brown and Levinson's politeness theory to casual conversation*. In K. Allan & J. Henderson (Eds.), Proceedings of ALS2k, the 2000 Conference of the Australian Linguistic Society (pp. 163-169). Melbourne: University of Melbourne.
- Koutlaki, S.A. (2002). *Offers and expressions of thanks as face enhancing acts: tæ'arof in Persian*. Journal of Pragmatics, 34 (12), 1733-1756.
- Maier, P. (1992). *Politeness strategies in business letters by native and non-native English speakers*. English for Specific Purposes, 11 (3), 189-205.
- Ming-Chung, Y. (2003). *On the universality of face: evidence from Chinese compliment response behavior*. Journal of Pragmatics, 35 (10), 1679-1710.
- Myers, G. (1989). *The pragmatics of politeness in scientific texts*. Applied Linguistics, 10 (1), 1-35. Nickerson, C. (1999). The use of politeness strategies in business letters.
- Nishide, H. 2017. *Shigoto no Kihon "Tadashii Bijinesu Me-ru" no Kakikata*. Tokyo, Japan. ISBN 978-4-8207-1860-4
- Yana, A. 2004. *Nihongo "E-me-ru no Kakikata"*. Tokyo, Japan. ISBN 4-7890-1184-4