



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisa data dari bab keempat yang didapat melalui wawancara dengan ketiga narasumber dan studi pustaka, peneliti berusaha untuk menarik kesimpulan yang merujuk pada penelitian. Berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil dari penelitian:

1. Hambatan komunikasi antarbudaya dalam komunikasi bisnis lintas budaya meliputi perbedaan pola komunikasi terutama dalam pengambilan keputusan, pola negosiasi, sifat *stereotype*, sifat etnosentrisme Jepang, *high context* dan *low context*, dan tempo pembicaraan antara orang Tionghua dan orang Jepang.

2. Strategi akomodasi komunikasi yang dilakukan oleh pebisnis Tionghua adalah melakukan konvergen dalam beberapa aspek.

Salah satunya mereka menyesuaikan tempo pembicaraan mereka dengan orang Jepang. Motivasi untuk hal tersebut adalah untuk menjaga dan membangun hubungan yang baik serta menghemat waktu agar tidak terjadi kesalahpahaman dan perselisihan antara kedua belah pihak dimana akan membutuhkan waktu yang lebih

lama lagi untuk mencapai suatu keputusan dan dapat merusak hubungan antara kedua pihak, hal tersebut juga merujuk pada identitas sosial orang Tionghua dimana bagi mereka waktu adalah uang. Konsekuensi yang diterima oleh orang Tionghua dengan mengikuti pola bicara orang Jepang adalah waktu negosiasi dan pencapaian keputusan yang lebih lama dari yang mereka harapkan. Orang Tionghua lebih memilih strategi konvergen karena ingin memperlancar komunikasi bisnis.

Sedangkan pebisnis Jepang lebih menggunakan strategi divergensi dan menunjukkan sifat etnosentrisme saat berhadapan dengan orang Tionghua. Hal tersebut merupakan suatu hambatan pada proses komunikasi dimana orang Jepang menjadikan kebudayaan mereka sebagai sudut pandang dan tetap mempertahankan kebudayaan mereka karena memiliki rasa kebanggaan yang tinggi pada budayanya sendiri. Motivasi orang Jepang dalam melakukan hal tersebut adalah untuk menunjukkan kebanggaan terhadap budaya mereka dimana mereka ingin kebudayaannya dihargai dan dipandang oleh rekan mereka. Mereka juga ingin dipandang bahwa pendiriannya terhadap kebudayaan yang berpengaruh terhadap sifat mereka tidak dapat diubah, hal tersebut merujuk pada identitas sosial orang Jepang yang merasa bangga terhadap identitasnya sendiri. Konsekuensi yang diterima

oleh orang Jepang adalah masalah yang dapat muncul saat bernegosiasi dengan lawan bisnis mereka karena sifat dan pembawaan mereka. Masalah tersebut dapat berpotensi menjadi hilangnya rekan bisnis yang disebabkan oleh sifat Jepang yang terlalu teguh terhadap pendiriannya.

5.2 Saran

1. Saran akademis

Diharapkan melalui penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dapat menghasilkan informasi baru dan solusi mengenai komunikasi bisnis lintas budaya, sehingga permasalahan yang ada mengenai komunikasi bisnis lintas budaya dapat ditangani. Bila topik serupa akan digarap kembali, peneliti menyarankan untuk menggunakan metode fenomenologi, fenomena mengizinkan peneliti untuk melihat dan memahami permasalahan dari sudut pelaku melalui pengalaman mereka terkait fenomena yang mereka alami dan bagaimana masalah tersebut dapat terjadi.

2. Saran Praktis

Untuk para pelaku bisnis lintas budaya diharapkan untuk menghargai dan mempelajari adanya perbedaan budaya antara satu pebisnis dengan pebisnis lainnya untuk menjalin hubungan yang baik antar sesama pebisnis yang berbeda budaya. Peneliti menyarankan untuk menguasai lebih dari satu bahasa

agar proses komunikasi lebih mudah terjadi antara pebisnis yang memiliki perbedaan budaya. Menjalin hubungan interpersonal yang baik dengan mitra bisnis juga disarankan karena hubungan interpersonal yang baik akan memudahkan kedua pihak untuk menjalini bisnis yang baik.

