

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi merupakan proses interaksi sosial yang melibatkan pengiriman, penerimaan, dan pemahaman pesan melalui berbagai saluran komunikasi (West & Turner, 2019). Dalam konteks bisnis global, komunikasi yang efektif menjadi elemen kunci dalam membangun kerja sama lintas budaya, termasuk dalam menjalin hubungan bisnis internasional.

Seiring dengan meningkatnya pengaruh ekonomi, politik, dan budaya Tiongkok di kancah global, bahasa Mandarin memegang peranan yang semakin penting dalam komunikasi bisnis. Mohamad Asruchin (2022) menyatakan bahwa bahasa Mandarin kini menjadi alat komunikasi strategis, seiring dengan proyeksi bahwa Tiongkok akan segera melampaui Amerika Serikat sebagai kekuatan ekonomi terbesar dunia. Oleh karena itu, penguasaan bahasa Mandarin memberikan keunggulan strategis bagi individu maupun organisasi dalam berbagai sektor seperti bisnis, politik, diplomasi, hingga teknologi.

Bahasa Mandarin tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi semata, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai budaya Tiongkok yang khas. Dalam konteks bisnis, hal ini tercermin dalam cara bernegosiasi, mengambil keputusan, serta membangun hubungan profesional. Wang (2023) menyoroti bahwa budaya bisnis Tiongkok sangat dipengaruhi oleh struktur hierarki dan rasa hormat, yang tercermin dalam penggunaan bahasa, seperti tingkat formalitas dan sapaan sopan.

Selain sebagai alat komunikasi antarindividu, penguasaan bahasa Mandarin juga berkontribusi terhadap reputasi dan kredibilitas perusahaan. Zhou & Yu (2019) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tenaga kerja yang mahir berbahasa Mandarin cenderung memperoleh kepercayaan lebih besar dari mitra lokal, yang pada akhirnya menciptakan keunggulan kompetitif di pasar Tiongkok. Fenomena yang ditemukan yakni bahasa Mandarin kini menjadi salah satu keterampilan yang sangat dicari dalam dunia bisnis, terutama dalam menjawab kebutuhan perusahaan multinasional yang ingin memasuki atau memperluas pasar di Tiongkok.

Perusahaan multinasional yang ingin menjalin hubungan bisnis yang efektif dengan mitra Tiongkok memerlukan pemahaman mendalam mengenai penggunaan bahasa Mandarin dalam konteks profesional. Bahasa ini membuka akses ke pasar terbesar di dunia, memperkuat hubungan mitra, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengurangi risiko

miskomunikasi yang dapat berakibat pada kegagalan bisnis. Chen & Xu (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan bahasa Mandarin dalam komunikasi internal dan eksternal cenderung lebih responsif dalam pengambilan keputusan, khususnya saat berinteraksi dengan mitra atau pasar Asia.

Wang & Li (2020) dalam studi mereka mengungkapkan bahwa perusahaan multinasional yang beroperasi di Tiongkok memiliki kecenderungan lebih besar untuk membangun hubungan jangka panjang apabila mereka mampu menggunakan bahasa Mandarin secara efektif. Hal ini menjadi krusial mengingat pentingnya Tiongkok dalam rantai pasokan global dan perdagangan internasional. Di sisi lain, kemampuan berbahasa Mandarin juga mencerminkan penghargaan terhadap budaya lokal, yang dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas mitra bisnis.

Namun demikian, dalam praktiknya, perusahaan multinasional Tiongkok menghadapi berbagai tantangan dalam penerapan komunikasi bisnis berbahasa Mandarin. Tantangan tersebut mencakup perbedaan persepsi budaya, hambatan bahasa, dan keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan bahasa Mandarin bisnis yang memadai. Li & Liu (2021) menekankan bahwa meskipun perusahaan menyadari pentingnya penguasaan bahasa Mandarin, pelatihan bahasa sering kali belum merata di seluruh level organisasi, terutama dalam perusahaan dengan jaringan global yang luas. Selain itu, belum terdapatnya kajian literatur yang secara khusus membahas penerapan bahasa Mandarin dalam komunikasi bisnis pada perusahaan multinasional. Padahal, dalam era globalisasi saat ini, penguasaan bahasa Mandarin bukan lagi sekadar nilai tambah, melainkan kebutuhan strategis.

## **1.2 Rumusan Masalah:**

1. Bagaimanakah peran komunikasi bisnis dalam Bahasa Mandarin pada perusahaan multinasional Tiongkok?
2. Apa hambatan ataupun tantangan yang dihadapi dalam penerapan komunikasi bisnis berbahasa Mandarin pada perusahaan multinasional Tiongkok?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk menjawab hambatan ataupun tantangan yang dihadapi dalam penerapan komunikasi bisnis berbahasa Mandarin pada perusahaan multinasional Tiongkok?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui peran komunikasi bisnis dalam Bahasa Mandarin pada perusahaan multinasional.
2. Untuk mengetahui hambatan ataupun tantangan yang dihadapi dalam penerapan komunikasi bisnis berbahasa Mandarin pada perusahaan multinasional.
3. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan untuk menjawab hambatan ataupun tantangan yang dihadapi dalam penerapan komunikasi bisnis berbahasa Mandarin pada perusahaan multinasional.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoretis**

Memberikan kontribusi lebih kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi khususnya Program Studi Sarjana Terapan Bahasa Mandarin untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional Universitas Prima Indonesia dalam perkembangan aspek kebahasaan yaitu Bahasa Mandarin yang tidak hanya dapat digunakan dalam komunikasi bisnis antar perusahaan saja, melainkan juga dapat menjadi sarana komunikasi bagi mahasiswa Universitas Prima Indonesia yang ingin mencari pekerjaan yang berbasis mandarin serta mempermudah para mahasiswa Universitas Prima Indonesia untuk berkomunikasi dengan teman teman internasional yang datang dari Tiongkok.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini memberikan manfaat praktis, khususnya kepada pembelajar Bahasa Mandarin yang ingin bekerja di perusahaan multinasional Tiongkok seperti :

- Meningkatkan peluang karir
- Mempermudah negosiasi bisnis
- Menjangkau pasar lebih luas
- Efisiensi dalam operasional pekerjaan
- Pemahaman budaya bisnis yang lebih baik
- Meningkatkan kemampuan beradaptasi