

Pemakaian Bahasa Inggris Formal dan Informal oleh Pengusaha Ukir Jepara

Wiwiek Sundari

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro Semarang
wiekku@yahoo.com

ABSTRACT

This article was written based on the results of research conducted in Jepara entitled Use of Formal and Informal English Basaha by Carving Entrepreneurs in Jepara. The purpose of this study was to describe the use of formal English (written) and informal (verbal) by carving entrepreneurs in Jepara. Data collection was carried out in three ways, namely secondary data, questionnaires, and interviews. Questionnaires were given to respondents consisting of large entrepreneurs, medium-sized entrepreneurs, and small-scale entrepreneurs. The results of the study illustrate that the level of use of formal English is mostly done by large entrepreneurs. The use of informal English from the three groups of different intensity categories is caused by contact with different buyers.

Keywords: Jepara carving businessman, formal English (writing), informal English (oral), big businessman, medium businessman, small businessman

INTISARI

Artikel ini ditulis berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Jepara yang berjudul Penggunaan Basaha Inggris Formal dan Informal oleh Pengusaha Ukir di Jepara. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan penggunaan bahasa Inggris formal (tulisan) dan informal (lisan) oleh pengusaha ukir di Jepara. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara yaitu data sekunder, kuesioner, dan wawancara. Kuesioner diberikan kepada responden yang terdiri dari pengusaha besar, pengusaha menengah, dan pengusaha kecil. Hasil penelitian menggambarkan bahwa tingkat penggunaan bahasa Inggris formal lebih banyak dilakukan oleh pengusaha besar. Penggunaan bahasa Inggris informal dari ketiga kelompok kategori intensitasnya berbeda disebabkan oleh kontak hubungan dengan pembeli yang berbeda.

Kata Kunci : pengusaha ukir Jepara, Bahasa Inggris formal (tulisan), Bahasa Inggris informal (lisan), pengusaha besar, pengusaha menengah, pengusaha kecil

PENDAHULUAN

Banyak orang mengatakan Kota Jepara adalah Kota International. Ditempat ini banyak orang asing yang datang dari berbagai negara untuk bermacam-macam keperluan, salah satunya adalah untuk membeli produk ukir-ukiran Jepara atau melakukan perdagangan. Datangnya orang-orang manca negara atau orang-orang asing ke Jepara yang bertujuan untuk melakukan usaha atau bussines dengan pengusaha Jepara memaksa atau mendorong

pengusaha Jepara untuk bisa berbahasa Inggris dengan lancar, baik lisan maupun tulisan. Hal ini berkaitan dengan meningkatkan sumber daya manusia, khususnya sumber daya pengusaha ukir di Jepara dalam bidang bahasa Inggris. Karena bahasa Inggris sangat dibutuhkan dalam bidang perdagangan maka pengusaha ukir di Jepara harus bisa menggunakan bahasa Inggris yang dipakai sebagai alat komunikasi dalam usahanya.

Salah satu kendala yang dihadapi oleh pengusaha ukir di Jepara adalah aspek komunikasi. Banyak pengusaha ukir Jepara yang tidak bisa atau tidak lancar berkomunikasi dalam bahasa Inggris, sehingga mereka mengupah orang untuk menjadi penterjemah atau guide dalam melayani pembeli. Guide atau penterjemah yang tidak dari staf karyawan pada umumnya kurang mengetahui produk ukir-ukiran, hal ini membuat buyer atau konsumen kurang jelas dalam mendapatkan informasi tentang mebel ukir.

Penguasaan bahasa Inggris oleh pengusaha ukir di Jepara mencakup penguasaan bahasa Inggris secara lisan ataupun tulisan. Penguasaan bahasa tersebut dapat digunakan untuk memperbanyak produk penjualan kepada orang asing. Untuk melayani konsumen asing yang datang ke Jepara, pengusaha harus menggunakan bahasa Inggris secara lisan aktif, sedangkan untuk mengirim barang ke luar negeri, pengusaha harus menggunakan bahasa Inggris secara tertulis untuk surat menyurat, (Brieger, 1989 : 45).

Permasalahan penguasaan bahasa Inggris secara lisan atau tulisan oleh pengusaha ukir di Jepara, sangat menarik untuk diteliti, mengingat bahasa Inggris merupakan alat atau sarana yang sangat esensial, sehingga dapat mempengaruhi konsumen asing yang datang ke Jepara. Dengan banyaknya produk ukiran terjual ke luar negeri berarti dapat menambah devisa negara dan dapat pula meningkatkan usaha pengusaha ukir baik pengusaha kecil, menengah dan besar.

Pemakaian bahasa Inggris lisan atau tulisan oleh pengusaha ukir perlu diperhatikan mengingat bahasa Inggris merupakan alat komunikasi antar bangsa, sarana untuk menjembatani berlangsungnya usaha dan hubungan antar negara yang berlainan bahasa. Dengan bahasa Inggris, pengusaha di Jepara bisa mengadakan kontak secara terus menerus dengan bangsa lain di dunia ini.

Bahasa Inggris yang disebut *lingua franca* di dunia sekarang ini lebih sering berfungsi sebagai *trade language*. Pengusaha ukir yang berdagang atau menjual barang ukir-ukiran ke bangsa lain perlu sekali menambah ketrampilan berbahasa Inggris baik lisan

atau tulisan. Sedang ketrampilan berbahasa seseorang menurut Anton M. Mulyono, (1985: 62) meliputi (1) kemampuan baca efektif, (2) kemampuan menguasai berbahasa Inggris lisan, (3) kemampuan menulis, dan (4) kemampuan berbicara.

Pengusaha ukir di Jepara dengan kelompok usaha 500 dengan 12000 pekerja yang konsumennya termasuk orang asing harus memiliki ketrampilan-ketrampilan diatas, untuk melakukan transaksi jual beli atau pengiriman barang. Pengusaha yang tidak memiliki ketrampilan tersebut terpaksa menjual barang produknya melalui orang lain yang menguasai bahasa Inggris atau memperkerjakan orang yang ahli yang akan mempengaruhi proses jual beli. Oleh karena itu untuk menjadi pengusaha yang besar, penguasaan bahasa Inggris sangat diperlukan. Bahasa Inggris telah diakui sebagai bahasa yang paling banyak digunakan diseluruh dunia. Pemakaian bahasa Inggris sebagai salah satu bahasa pengantar dalam persidangan PBB juga sebagai medium dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan pengembangan perdagangan atau usaha. Banyak negara yang penduduknya menggunakan lebih dari satu bahasa tak terkecuali bangsa Indonesia. Seseorang yang memakai bahasa lebih dari satu dikatakan dwibahasawan. Seorang dwibahasawan memperoleh atau mempelajari bahasa secara berurutan, dalam arti bahwa satu bahasa dikuasai sebelum bahasa lainnya. Urutan bahasa yang dikuasai ini satu sama lain akan memiliki perbedaan baik secara psikologis maupun secara linguistik dalam penguasaan maupun dalam pemakaiannya. Dalam studi ke dwibahasa dan studi penguasaan bahasa disusun berbagai istilah yaitu *vernacular*, *mother tongue*, *second* atau *foreign language* (Alwasilah, 1985 : 72).

Vernacular yaitu bahasa umum, bahasa asli suatu negeri, seperti bahasa-bahasa pribumi Eropa dalam jaman pertengahan. *Mother tongue* atau *native language* yaitu bahasa pertama yang biasanya diperoleh seseorang pada awal masa kanak-kanak melalui interaksi dengan anggota-anggota masyarakat ujarannya. *Second* atau *foreign language* yaitu diacukan pada bahasa asing yang diperoleh lewat jalur pendidikan formal tidak dengan interaksi sosial sehari-hari.

Mengenal atau mengetahui bahasa Inggris merupakan pengetahuan yang relative. Pengenalan bahasa Inggris dapat melalui cara pembelajaran, dan mempelajari bahasa Inggris mencakup beberapa *skill* yaitu : *comprehension*, *speaking*, *reading*, dan *writing*.

Comprehension yaitu kemampuan untuk memahami pembicaraan yang tepat. *Speaking* yaitu kemampuan untuk mengungkapkan gagasan dalam bentuk ucapan. *Reading* yaitu kemampuan membaca dengan baik. *Writing* yaitu kemampuan untuk mengungkapkan gagasan dalam bentuk tulisan.

Untuk mengetahui kemampuan berbahasa Inggris seseorang harus melalui beberapa level yaitu level pengetahuan elementer, level pengetahuan dasar dan level penyempurnaan (Woyowasito, 1977 : 32-38). Tiap-tiap level mempunyai aspek pemakaian bahasa yaitu lisan reseptif, lisan produktif, tertulis reseptif dan tertulis produktif.

Aspek lisan reseptif yaitu dapat mengikuti suatu percakapan antara orang pribumi dengan orang asing tentang hal-hal yang bersifat umum dengan memperhatikan keharusan gramatika. Aspek lisan produktif, pada level ini seseorang harus dapat menyatakan diri dengan kata-kata yang tidak terhitung jumlahnya. Jadi harus membuat dirinya dapat dimengerti oleh semua orang dimana-mana dan dengan lancar sekali dapat menggunakan alat-alat teknis untuk negara berkait pada percakapan yang tidak dimengerti dan meminta penjelasan tambahan. Aspek tulis reseptif yaitu memahami uraian, surat, pemberitahuan, anekdote, dan cerita tertulis. Aspek tulis produktif yaitu dapat menyusun surat dan pemberitahuan, anekdote, cerita yang diceritakan terlebih dahulu secara lisan.

Melihat fungsi bahasa Inggris sangat luas dan memegang peranan penting pada era globalisasi ini dapat dipastikan bahwa pada suatu saat nanti bahasa Inggris akan menjadi bahasa dunia. Perlu diketahui bahwa dari tiga besar bahasa eropa bahasa Inggrislah yang banyak pemakainya, hal ini menunjukkan bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa yang memegang peranan penting dalam kehidupan Internasional. Berkaitan dengan fungsi bahasa Inggris di atas, Quirk (1985 : 12-13) mengatakan bahwa ada tiga lingkaran konsentris dalam bahasa Inggris yaitu : *Inner circles*, *Outer* satu *extended circles*, dan *Expanding circles*.

Bahasa yang dipakai oleh seseorang untuk berkomunikasi dibedakan menjadi dua bagian, yaitu bahasa formal dan bahasa informal. Bahasa informal yaitu bahasa yang digunakan oleh seseorang bila mereka mengekspresikan dirinya atau idenya dalam bentuk lisan. Sedangkan bahasa formal adalah bahasa yang digunakan oleh seseorang bila mereka mengekspresikan dirinya atau gagasannya dalam bentuk tulisan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemakaian bahasa Inggris secara lisan (informal) dan pemakaian bahasa Inggris secara tertulis dalam bentuk surat menyurat (formal) oleh pengusaha ukir di Jepara. Bagaimana gambaran penggunaan bahasa Inggris oleh pengusaha ukir dalam kategori pengusaha besar, pengusaha menengah dan pengusaha kecil. Bagaimana permasalahan pemakaian bahasa Inggris yang dihadapi oleh pengusaha ukir. Penelitian ini bertujuan memberikan uraian yang akan menjelaskan gambaran pemakaian bahasa Inggris oleh pengusaha ukir Jepara, baik lisan maupun bahasa Inggris tertulis dari masing-masing kelompok usaha.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah bahwa dengan melalui penelitian yang mengambil lokasi yang terbatas diharapkan dapat memberikan bahan pemahaman yang komprehensif terhadap pemakaian bahasa Inggris oleh pengusaha ukir di Jepara, yang dikategorikan ke dalam pengusaha besar, pengusaha menengah dan pengusaha kecil. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pembenahan berupa pelatihan bahasa Inggris, kursus dan kegiatan lainnya sesuai dengan tingkat keperluannya, sehingga kendala bahasa sebagai alat komunikasi dalam berbisnis oleh pengusaha ukir tidak perlu terjadi. Disamping itu juga dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan corak pelatihan, waktu, tempat serta person-person yang dilibatkan dalam pelatihan secara bertahap dan berkesinambungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi deskripsi lapangan yang berusaha menggambarkan pemakaian bahasa Inggris secara lisan dan pemakaian bahasa Inggris secara tertulis oleh pengusaha ukir. Pendekatan yang digunakan adalah sosio-linguistik. Secara sosiologis pemakaian bahasa oleh suatu kelompok dalam suatu masyarakat, terutama berupa bahasa asing – dalam hal ini bahasa Inggris – dari bukan penutur bahasa ibu, sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial masyarakatnya. Lingkungan sosial secara lebih luas dapat diartikan kondisi yang melingkupi berupa tingkat pendidikan, hubungan sosial, kepentingan dan faktor-faktor lainnya secara bersama-sama memberikan bentuk dari kelompok pemakai. Sejalan dengan perkembangan dan perluasan industri ukir, terutama terhadap pasar dari luar negeri, mensyaratkan adanya kontak komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Kontak langsung berupa komunikasi lisan dengan menggunakan bahasa yang dipahami

oleh kedua pelaku. Sedang dalam kontak komunikasi tidak langsung dengan menggunakan sarana tulisan berupa surat dan sebagainya. Dalam hal ini pemakaian bahasa Inggris dijadikan sebagai obyek penelitian.

Data dikumpulkan melalui tiga cara, yaitu : melalui data sekunder dari daerah penelitian, dari dinas instansi terkait, kuesioner, dan wawancara.

Data dari dinas instansi terkait terutama dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jepara dan Dinas Perindustrian Kabupaten Jepara. Berdasar pada kelengkapan data yang diperoleh mengenai jumlah dan identitas pengusaha ukir, lebih banyak dan lebih lengkap yang diperoleh di Departemen Perindustrian dan Perdagangan; sehingga data yang diperoleh di departemen tersebut yang digunakan sebagai dasar, sedangkan dari dinas digunakan untuk melengkapi. Berdasar pada data tersebut kemudian dibuat daftar sampel (sample frame) kelompok, dipilih responden dari daftar sampel yang telah dibuat secara kelipatan sederhana. Pengumpulan data dengan kuesioner dilakukan dengan cara, pertama mengirim daftar pertanyaan (kuesioner) kepada nama-nama dari responden terpilih untuk diisi yang kemudian akan diambil oleh tim peneliti pada waktu yang telah ditentukan. Pada saat pengambilan kuesioner oleh tim, banyak responden yang belum mengisi dan menyatakan kuesioner yang telah diterima ada bagian lain atau telah tidak diketahui lagi. Dengan demikian hasil yang telah diperoleh dari cara ini tidak terpenuhinya jumlah responden sebagaimana telah ditentukan. Oleh karena itu digunakan cara pengumpulan data tambahan dengan cara pengisian kuesioner secara setengah wawancara . Cara ini walau memerlukan waktu yang lebih lama, akan tetapi ketepatan pengisian dan perolehannya lebih dapat dijamin.

Analisis data berdasarkan pada perolehan hasil kuesioner dengan langkah-langkah tabulasi data dan analisis hubungan antarvariabel berupa uraian logis.

Tabulasi dilakukan terhadap hasil jawaban responden yang dikelompokkan kedalam tabel-tabel jawaban yang telah disediakan dari masing-masing item jawaban dalam tiga kelompok kategori. Tabulasi dimaksudkan untuk mengelompokkan hasil jawaban kedalam bentuk yang sederhana sehingga mempermudah dalam melihat saling keterkaitan atau perbedaan yang ada diantara kelompok kategori. Analisis yang dilakukan berupa uraian dari item jawaban yang menunjukkan kecenderungan adanya kesamaan atau perbedaan antar kelompok kategori. Didalam kecenderungan kesamaan dan atau perbedaan diuraikan

faktor-faktor logika yang menyertainya. Artinya bagaimana penjelasan berdasarkan pada pemikiran logis bahwa suatu isi item jawaban antar kelompok kategori mempunyai keserupaan ataupun perbedaan. Disamping analisis dalam satu item isi jawaban dari kelompok kategori, dilakukan pula penjelasan antar item yang memungkinkan memberikan pemahaman keterkaitan pemakaian bahasa Inggris dengan item lainnya seperti item identifikasi responden dan item aplikasi praktis pemahaman berupa surat dalam bahasa Inggris.

HASIL PENELITIAN

Penggunaan Bahasa Inggris dalam Bisnis

Dari 22 responden 17 di antaranya menggunakan bahasa Inggris dalam praktek usahanya yakni besar 70,83% sedangkan 5 orang mengatakan tidak menggunakan bahasa Inggris dalam kegiatan usaha mereka. Juga diketahui bahwa diantaranya berbagai golongan usaha, ketiga golongan usaha hampir sama tingkat penggunaan bahasa Inggris sedangkan responden yang mengatakan tidak menggunakan bahasa Inggris juga merata, namun masing-masing golongan tidak lebih dari dua responden. Dari wawancara mendalam yang peneliti lakukan bisa diketahui bahwa mereka yang menggunakan bahasa Inggris dalam kegiatan usaha antara lain : menulis surat kepada pelanggan, transaksi dengan pembeli dari luar negeri, melayani pembeli asing, dan menawarkan produk. Sedangkan mereka yang mengisi tidak menggunakan bahasa Inggris untuk menawarkan produk karena mereka belum menguasai bahasa Inggris lisan secara baik. Responden dan pembeli menyediakan penterjemah atau pramuwisma. Ada responden yang mempercayakan kepada karyawan-karyawan yang mengerti bahasa Inggris.

Kecakapan Yang Diperlukan

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa untuk golongan besar keempat kecakapan atau ketrampilan berbahasa diperlukan dengan peringkat pertama ketrampilan lisan, kemudian tulis serta mendengar dan membaca. Untuk golongan usaha menengah pentingnya keperluan lisan dan mendengarkan sama, sedangkan ketrampilan menulis lebih sedikit. Sementara itu untuk usaha ukir golongan kecil kecakapan lisan tidak diperlukan karena

mereka tidak langsung berhubungan dengan pembeli asing secara aktif. Walaupun mereka memerlukan ketrampilan berbahasa ketrampilan mendengarkan lebih penting. Dari hasil analisis juga dapat diketahui bahwa secara umum ketrampilan lisan dan mendengarkan mempunyai derajat kepentingan yang sama, sedangkan ketrampilan membaca hampir tidak dirasakan penting untuk semua golongan tingkat usaha, walaupun masih kalah penting dibandingkan dengan ketrampilan jika mendengarkan.

Penggunaan Bahasa Inggris Lisan

Dari analisis dapat diketahui pula bahwa bahasa Inggris lisan paling banyak dilakukan untuk melayani pembeli dan sangat langka yang menggunakan bahasa Inggris lisan untuk komunikasi sehari-hari. Pengguna bahasa Inggris untuk melayani pembeli (dalam dan luar negeri) berlaku sama untuk semua tingkat usaha yakni besar, menengah dan kecil. Sementara kepentingan bahasa Inggris untuk komunikasi sehari-hari hanya ada 1 responden yang merasa perlu ketrampilan usaha untuk keperluan sehari-hari.

Cara Melakukan Transaksi Dalam Bahasa Inggris.

Para pengusaha industri di Jepara yang dijadikan *responden* penelitian ini pada umumnya menyadari bahwa bahasa Inggris sangat berperan bagi usaha mebel ukir mereka. Hal ini dirasakan tidak hanya oleh para pengusaha papan atas saja yang sering berhubungan dagang dengan negara-negara lain, tetapi juga oleh para pengusaha kelas menengah dan bawah. Penyebabnya adalah banyak sekali orang asing yang berkunjung langsung ke pengrajin atau ke toko-toko mebel untuk melihat-lihat, berniat membeli, atau mungkin untuk menjajagi kemungkinan melakukan transaksi dagang dikemudian hari. Tentu saja bahasa komunikasi yang paling sering digunakan untuk menjembatani perbedaan bahasa antara pengusaha/pengrajin ukir Jepara dengan pembeli dari luar negeri tersebut adalah bahasa Inggris. Sekalipun para pengusaha tersebut menyadari betapa pentingnya bahasa Inggris bagi perkembangan bisnis ukir mereka, namun sebagian besar mengatakan kalau mereka tidak mampu berbahasa Inggris dengan baik. Sebetulnya kemauan untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris memang ada, tapi hal tersebut belum terwujud dikarenakan banyak hal, antara lain disebabkan oleh kesibukan mengurus rumah tangga di samping mengurus bisnis (bagi pengusaha wanita)

Akan tetapi bisnis harus tetap jalan apapun kendalanya dan transaksi dengan luar negeri tetap harus berlangsung. Untuk menanggulangi kendala bahasa tersebut para pengusaha menempuh berbagai cara antara lain: meminta bantuan orang lain yang bisa bahasa Inggris, melalui pihak lain seperti koordinator eksportir atau melalui orang dari pihak pembeli seperti *guide* atau *broker*.

Sekalipun demikian ada cara yang cenderung lebih banyak dipilih oleh para pengusaha ukir Jepara dalam melaksanakan transaksinya dengan pihak luar negeri. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa meminta bantuan orang lain yang bisa berbahasa Inggris ditempuh oleh para pengusaha baik dari golongan A (pengusaha besar), B (Pengusaha menengah), ataupun C (Pengusaha kecil). Menurut responden, orang lain disini bisa sekretaris, saudara atau kenalan baik, yang mampu berbahasa Inggris. Sementara itu transaksi melalui *koordinator eksportir* juga dijalankan oleh pengusaha golongan A,B & C dengan tingkat prosentasi yang relatif kecil. Sedangkan transaksi dalam bahasa Inggris lewat *guide atau broker* yang dibawa pembeli relatif lebih banyak dijalankan oleh pengusaha golongan C dari pada pengusaha golongan A atau B.

Penggunaan Bahasa Inggris Tulis

Seperti telah disebutkan sebelumnya, dalam menjalankan usaha bisnis ukirnya, para pengusaha ukir di Jepara relatif sering berhubungan dengan orang-orang / calon pembeli dari luar negeri. Hubungan ini bisa dijembatani oleh bahasa lisan yaitu bahasa Inggris, bila kedua belah pihak (pengusaha & pengunjung/calon pembeli) saling berhadapan. Masalah akan menjadi lain kalau setelah tatap muka tersebut terjadi transaksi jual beli yang berkesinambungan. Artinya mereka akan menjadi *partner* dagang tetap dimana pengusaha mebel ukir di Jepara tiap periode tertentu diminta mengirimkan barang (di sini mebel ukir) oleh rekan bisnisnya di luar negeri. Dalam tahap ini yang lebih berperan adalah bahasa Inggris tulis, bukan bahasa lisan lagi karena mereka cenderung menuliskan pesanan mebel-mebel ukir apa yang dipesan (dari pihak pembeli) dan mebel-mebel ukir apa yang mereka kirim (dari pihak pengusaha ukir) bahasa tulis ini dipilih karena lebih mudah *mericek* kembali pesanan/kiriman dan juga untuk menghindari salah pengertian/kerancuan seperti kalau pesanan/kiriman hanya didahului oleh bahasa lisan. Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa mayoritas pengusaha dari Jepara baik dari golongan A (pengusaha besar), golongan

B (pengusaha menengah) & golongan C (pengusaha kecil) menggunakan sarana bahasa Inggris tulis dalam transaksi dagang mereka dengan pihak luar negeri. Bahasa Inggris tulis ini bisa berupa surat pesanan yang diterima oleh pengusaha mebel ukir, atau surat pengiriman barang dan surat penawaran yang dibuat dan dikirim oleh pengusaha mebel ukir Jepara. Sementara itu ternyata tidak ada pengusaha mebel ukir golongan A yang tidak menggunakan bahasa Inggris tulis untuk transaksi dagang mereka. Sedang untuk pengusaha mebel ukir Jepara golongan B & C, sebagian kecil mengatakan mereka tidak menggunakan bahasa Inggris tulis untuk transaksi dagang mereka.

Cara Menggunakan Bahasa Inggris Lisan Dalam Melakukan Transaksi Bisnis

Pada point dimuka telah diketahui bahwa kebanyakan pengusaha mebel ukir di Jepara menggunakan bahasa Inggris lisan untuk transaksi bisnis mereka dengan pihak luar negeri. Sementara itu disisi lain para pengusaha tersebut, kebanyakan dari mereka mengaku belum bisa berbahasa Inggris dengan baik. Bagaimana mereka mengatasi kendala itu sementara “*the show must go on ?*”

Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa untuk mengatasi kendala kekurangmampuan berbahasa Inggris tulis sebagian besar pengusaha mebel ukir Jepara meminta bantuan orang lain. Hal ini dilakukan oleh semua golongan pengusaha, baik golongan A (pengusaha besar), golongan B (pengusaha menengah), ataupun golongan C (pengusaha kecil). Meminta bantuan di sini berarti mereka mencoba menulis sendiri kemudian meminta orang lain membetulkan atau langsung meminta pihak lain membuatkan transaksi dagang dalam bahasa Inggris tulis. Pihak/orang lain disini bisa saudara, kenalan baik atau anak. Intinya bukan orang/pihak yang menerima bayaran untuk jasa/bantuan yang mereka berikan. Sementara itu hanya sedikit pengusaha golongan A&B yang menulis sendiri transaksi dalam bahasa Inggris Tulis. Bahkan tidak ada pengusaha ukir dari golongan C yang mengatakan menulis sendiri transaksi bisnisnya dengan pihak luar negeri. Hal ini bisa dimengerti karena bagi para pengusaha kecil (golongan C) kemungkinan mereka bertransaksi langsung dengan pembeli dari luar negeri adalah kecil. Kebanyakan mereka dikoordinasi oleh seorang Koordinator eksportir dan pihak yang terakhir inilah yang melakukan transaksi dalam bahasa Inggris tulis dengan rekan bisnis dari luar negeri. Meminta bantuan pihak ketiga misalnya biro penterjemah dilakukan oleh sedikit

pengusaha golongan A&C. Meskipun begitu masih lebih banyak pengusaha golongan C dari pada golongan A yang melakukannya. Kemungkinan karena pengusaha golongan A yang berskala besar mampu mempunyai sekretaris yang handal dalam artian bisa berbahasa Inggris lisan dan tulis, dan/atau merupakan teman/saudara yang mampu berbahasa Inggris. Tidak demikian halnya dengan pengusaha golongan C yang berskala kecil. Biasanya mereka tidak mempunyai sekretaris, bersifat nasional dengan lingkup yang terbatas sehingga bagi mereka sulit mencari bantuan dari teman atau saudara, sehingga alternatif yang mereka pilih kalau harus memenuhi transaksi dalam bahasa Inggris adalah melalui biro pembuatan surat/penterjemah.

Tingkat Keseringan Menulis Surat Dalam Bahasa Inggris dalam Waktu Setahun

Seperti sudah dibicarakan sebelumnya sebagai pengusaha mebel ukir di Jepara mereka dituntut untuk melakukan transaksi dalam bahasa Inggris, baik lisan maupun tertulis kalau rekan bisnisnya adalah pihak dari luar negeri. Transaksi dalam bahasa Inggris ini baik lisan maupun tulisan, bisa dilakukan secara langsung maupun tak langsung oleh para pengusaha ukir Jepara.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat keseringan menulis surat dalam bahasa Inggris bagi para pengusaha mebel ukir Jepara cukup tinggi. Mayoritas pengusaha golongan A (skala besar), golongan B (skala menengah) dan golongan C (skala kecil) mengatakan melakukan transaksi-transaksi dalam bahasa Inggris tulis lebih dari 6 kali dalam satu tahun. Malahan ada yang mengatakan kalau sebenarnya mereka melakukan surat-menyurat yang berhubungan dengan bisnis mereka dengan rekanan dagang di luar negeri lebih dari 10 kali sebulan. Tentu saja ini bagi pengusaha besar yang merupakan banyak partner bisnis di banyak negara di luar negeri. Disisi lain ada juga pengusaha mebel ukir Jepara yang mengaku sudah terlalu sering melakukan transaksi bisnis dalam bentuk surat dalam bahasa Inggris. Hal ini tidak saja terjadi pada pengusaha kelas bawah dan menengah tetapi juga pada pengusaha papan atas.

SIMPULAN

Dalam rangka pengembangan usaha bisnis ukir di Jepara, dalam rangka menggalang kerjasama dengan rekan dagang dari luar negeri, bahasa Inggris mutlak perlu dikuasai oleh

pengusaha mebel ukir di Jepara, tidak hanya yang berskala besar saja tetapi juga yang berskala menengah atau kecil. Maka ini perlu disadari betul oleh pengusaha golongan menengah dan kecil yang menginginkan usahanya berkembang sehingga bisa masuk ke peringkat yang lebih tinggi. Hal ini tidak terlalu muluk untuk dicapai karena kesadaran akan perlunya bahasa Inggris di bidang bisnis sudah relatif disadari oleh pengusaha mebel ukir di Jepara. Keinginan untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris juga sudah ada. Hal-hal positif ini merupakan modal dasar peningkatan berbahasa Inggris yang tidak boleh disia-siakan.

Beragam cara meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris baik lewat kursus atau belajar sendiri memberikan alternatif-alternatif yang bisa disesuaikan dengan kesibukan berdagang yang mereka lakukan. Mengingat begitu vitalnya bahasa Inggris baik lisan maupun tulis bagi pengembangan usaha bisnis mebel ukir di Jepara dalam kaitannya dengan relasi dagang di luar negeri serta masih relatif rendahnya kemampuan bahasa Inggris (lisan/tulis), para pengusaha mebel ukir di Jepara dari semua golongan usaha (besar, menengah dan kecil) maka usaha peningkatan kemampuan berbahasa Inggris harus semakin efektif. Usaha peningkatan kemampuan berbahasa Inggris ini bisa melalui cara-cara yaitu mengikuti kursus yang meskipun lebih menyita waktu tapi relatif lebih disiplin programnya. Atau lewat cara belajar sendiri via TV, radio, buku-buku, dan lain-lain yang sangat memerlukan disiplin diri yang tinggi.

Apapun cara yang akan ditempuh harus dilaksanakan secepatnya dan selektif mungkin demi terciptanya persiapan yang matang dalam menyambut era globalisasi dimana bahasa Inggris sangat berperan disegala bidang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. Chaedar. 1985. *Sosiologi Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Baugh, C. Albert. 1965. *A History of the English Language*. Appleton Century Company. INC
- Brieger, Nick. 1989. *Early Business Contracts*. Cambridge University Press.
- Hymes, D. 1972. *On Communicative Competence*. In *Pride and Holes* 1972.

- Koentjaraningrat. 1979. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Little John, Andrew. 1988. *Company to Company. A New Approach to Business Correspondence in English*. Cambridge University Press.
- Moeliono, Anton. M. 1985. *Pengembangan dan Pembinaan Bahasa: Ranangan alternatif di dalam perencanaan Bahasa*. Jakart: Penerbit Djambatan.
- Poedjosoedarmo, Soepomo. 1978. "Interferensi dan Integrasi dalam Suasana Keanekabahasaan" dalam Makalah dalam Konggres Bahasa Indonesia III.
- Quirk, Randolph. 1983. *The Use of English*. London: Longman Group Ltd.
- _____. 1985. *English in the Word Teaching and Learning the Language and Literatures*. Cambridge University Press.
- Samsuri, 1983. *Analisis Bahasa: Memahami Bahasa Secara Ilmiah*. Cet. 5 Surabaya: Erlangga.
- Tarigan, Henry Guntur. 1988. *Pengajaran Analisis Kesalahan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Woyowasito, S., Prof. Drs. 1977. *Pengajaran Bahasa Kedua Bahasa Asing, Bukan Bahasa Ibu*. Bandung. Shinta Darma.