

Peran komunikasi antarbudaya dalam membangun kolaborasi bisnis yang harmonis

Fajar Asnif Mashudi

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Email: fajarasnifmashudi@gmail.com

Kata Kunci:

Komunikasi; kolaborasi; bisnis; globalisasi; strategi komunikasi; multikultural

Keywords:

Communication; business; collaboration; globalization; communication strategy; multiculturalism

ABSTRAK

Komunikasi antarbudaya merupakan elemen penting dalam menjalin kerja sama bisnis yang efektif di tengah lingkungan global yang semakin multikultural. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana komunikasi antarbudaya berperan dalam membentuk hubungan kerja yang harmonis, tantangan yang muncul dalam interaksi lintas budaya, serta strategi komunikasi yang dapat diterapkan dalam kolaborasi bisnis internasional. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan mengkaji berbagai referensi ilmiah dan dokumen yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa perbedaan bahasa, nilai, dan persepsi budaya menjadi tantangan utama dalam komunikasi bisnis lintas

budaya. Namun, melalui pendekatan komunikasi yang akomodatif dan empatik, hubungan kerja yang efektif dapat dibangun. Pemahaman terhadap komunikasi antarbudaya tidak hanya meningkatkan efektivitas pertukaran informasi, tetapi juga memperkuat rasa saling percaya, toleransi, dan keberlanjutan kerja sama antar pihak yang berbeda latar budaya. Studi ini memberikan kontribusi teoretis sebagai dasar untuk memperkuat praktik komunikasi bisnis dalam lingkungan global yang inklusif dan produktif.

ABSTRACT

Intercultural communication is a crucial element in establishing effective business collaboration within an increasingly multicultural global environment. This study aims to examine how intercultural communication contributes to building harmonious working relationships, the challenges that arise in cross-cultural interactions, and the communication strategies that can be applied in international business collaboration. The method used is a literature review by analyzing various scholarly references and relevant documents. The findings reveal that differences in language, values, and cultural perceptions are the main challenges in cross-cultural business communication. However, through accommodative and empathetic communication approaches, effective working relationships can be developed. Understanding intercultural communication not only enhances the effectiveness of information exchange but also fosters mutual trust, tolerance, and the sustainability of cooperation among parties from diverse cultural backgrounds. This study offers theoretical insights that can serve as a foundation for strengthening business communication practices in an inclusive and productive global context.

Pendahuluan

Komunikasi antarbudaya menjadi bagian penting dalam dunia yang semakin terhubung seperti sekarang ini. Di tengah semakin kompleksnya interaksi antar negara dan masyarakat, komunikasi antarbudaya berperan besar, tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga dalam membangun pemahaman serta sikap saling menghargai antar kelompok budaya. Pentingnya komunikasi antarbudaya muncul karena adanya hubungan erat antara budaya dan cara berkomunikasi. Sejak dahulu,



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

komunikasi berfungsi sebagai alat utama dalam membentuk, menjaga, dan mengembangkan budaya dalam kehidupan masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Edward T. Hall, budaya dan komunikasi saling menyatu, di mana komunikasi mencerminkan budaya, dan budaya tercermin dalam cara kita berkomunikasi (Muhtarom et al., 2024). Komunikasi bisnis merupakan proses menyampaikan gagasan, pendapat, informasi, atau arahan yang memiliki tujuan tertentu. Penyampaian ini bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, menggunakan simbol atau isyarat. Selain itu, komunikasi bisnis juga berarti pertukaran pesan yang dilakukan dalam suatu organisasi untuk meningkatkan kinerja secara efektif dan efisien, sesuai dengan struktur dan sistem yang berlaku.

Dalam kegiatan komunikasi bisnis, pesan hendaknya tidak hanya sekedar informatif tetapi juga haruslah persuasif, agar pihak lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan atau melakukan suatu perbuatan atau kegiatan (Krisnayana, 2016). Rumusan masalah dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran komunikasi antarbudaya dalam membentuk hubungan kerja yang efektif dalam kolaborasi bisnis lintas budaya?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam komunikasi antarbudaya saat menjalin kerja sama bisnis antar negara atau latar belakang budaya berbeda?
3. Strategi komunikasi seperti apa yang dapat diterapkan untuk menciptakan kolaborasi bisnis yang harmonis di tengah perbedaan budaya?

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*library research*), yaitu metode yang dilakukan dengan menelaah berbagai sumber pustaka yang relevan guna mengkaji topik komunikasi antarbudaya dalam konteks kolaborasi bisnis. Sumber-sumber yang digunakan meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, laporan penelitian terdahulu, serta dokumen terkait yang membahas teori komunikasi, budaya, dan strategi kerja sama bisnis lintas budaya.

Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana komunikasi antarbudaya dapat memengaruhi keharmonisan dalam kerja sama bisnis. Peneliti melakukan identifikasi, klasifikasi, dan analisis terhadap berbagai temuan dari literatur yang ada, kemudian menyusunnya dalam bentuk pembahasan sistematis yang dapat memberikan gambaran teoretis serta dasar untuk pengembangan praktik komunikasi yang efektif dalam lingkungan bisnis multikultural.

Pembahasan

Secara global, dunia kini berkembang menjadi masyarakat multikultural, di mana orang-orang berasal dari latar belakang ras dan budaya yang beragam. Misalnya, Presiden Barack Obama memiliki latar belakang budaya yang sangat beragam: ia lahir di Hawaii, wilayah yang penduduk aslinya bukan orang kulit putih; ayahnya berasal dari Kenya; ibunya berkulit putih; pernah tinggal di Indonesia bersama ayah tirinya yang orang Indonesia; dan akhirnya menetap kembali di Hawaii bersama neneknya yang juga berkulit putih.

Dalam dunia bisnis, perubahan besar terjadi seiring dengan kemajuan pesat teknologi informasi. Kini, transaksi bisnis bisa dilakukan hanya dalam hitungan menit, dan pertukaran informasi antarnegara terjadi setiap saat. Para profesional maupun pelaku usaha dapat dengan mudah berkomunikasi dan bepergian untuk urusan bisnis ke berbagai negara kapan saja (Luthfia, 2014). Karena sifat dinamis dari lingkungan bisnis, kemampuan untuk belajar lebih cepat daripada pesaing dapat menjadi salah satu faktor pendorong keberhasilan orientasi pasar dari UKM (Al Idrus & Abdussakir, 2019).

Dalam sebuah organisasi, sering muncul berbagai masalah, salah satunya berkaitan dengan kerumitan dalam pemodelan proses bisnis. Ketika proses bisnis terlalu rumit, akan sulit untuk dianalisis dan dikelola secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan cara untuk membagi proses bisnis tersebut menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, yang disebut fragmen proses. Proses ini disebut dekomposisi, yaitu upaya untuk memecah model proses menjadi lebih sederhana agar lebih mudah dipahami dan dikelola (Safitri et al., 2020).

komunikasi antarbudaya dalam membentuk hubungan kerja yang efektif

Komunikasi lintas budaya di dalam perusahaan merupakan aktivitas yang tidak mudah karena melibatkan berbagai perbedaan budaya. Menurut Raba (2023), terdapat beberapa hambatan dalam komunikasi lintas budaya. Pertama, tantangan dalam mengembangkan komunikasi lintas budaya berkaitan dengan kemampuan berbahasa dan keterampilan berkomunikasi. Kedua, setiap karyawan dapat menampilkan unsur komunikasi lintas budaya yang berbeda, karena mereka memiliki nilai-nilai yang tidak selalu sama. Judith N. Martin (2011) dalam Raba (2023) juga menyebutkan empat hambatan lain, yaitu etnosentrisme, generalisasi dan stereotip, prasangka, serta diskriminasi.

Etnosentrisme adalah pandangan bahwa budaya kelompok tertentu (biasanya berdasarkan kebangsaan) dianggap lebih unggul dibandingkan budaya kelompok lain. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini memberikan peluang besar bagi perusahaan multinasional untuk masuk ke berbagai negara. Karena itulah, komunikasi lintas budaya menjadi sangat penting. Komunikasi yang efektif akan membantu mencegah kesalahpahaman antar karyawan dalam menjalankan pekerjaan mereka (Fatimah & Perkasa, 2024). Analisis data: Institusi harus menganalisis data tentang keterlibatan, interaksi, dan respons dari audiens terhadap konten yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi (Zaman, 2023).

Tantangan yang dihadapi dalam komunikasi antarbudaya

Manajer tingkat atas yang ditugaskan ke luar negeri perlu memiliki keterampilan yang tepat dan memahami perbedaan konteks antara negara tempat mereka bekerja dan negara asal mereka. Perbedaan ini dapat memengaruhi kemampuan mereka dalam mengembangkan keterampilan yang efektif, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja selama menjalankan tugas internasional. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk menyadari perbedaan-perbedaan tersebut dan berusaha membangun sistem yang dapat memperbaiki kualitas komunikasi serta mengatasi hambatan dalam komunikasi lintas budaya (Perdhana & Setyarini, 2021).

Kemajuan teknologi dan meningkatnya mobilitas manusia membuat orang dari berbagai budaya kini lebih mudah untuk saling berinteraksi. Namun, masih ada tantangan besar dalam menjalin komunikasi yang efektif. Perbedaan bahasa dan cara pandang budaya terhadap kesehatan dan penyakit sering kali menjadi hambatan, terutama di lingkungan layanan kesehatan, di mana komunikasi lintas budaya sangat penting untuk memberikan perawatan yang menyeluruh. Selain itu, penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa utama dan kurangnya istilah yang ramah bagi semua budaya bisa menimbulkan kesalahpahaman, serta memperkuat sikap etnosentris dan stereotip negatif (Fatimah & Perkasa, 2024).

Strategi Komunikasi Untuk Menciptakan Kolaborasi Bisnis yang Harmonis

Strategi akomodasi dalam komunikasi dibagi menjadi dua, yaitu akomodasi dan non-akomodasi. Strategi akomodasi berarti menyesuaikan cara berkomunikasi agar jarak sosial antar individu menjadi lebih dekat. Sebaliknya, strategi non-akomodasi justru membuat jarak sosial semakin jauh karena gaya komunikasinya tidak menyesuaikan, dan memiliki ciri khas tersendiri. Dalam strategi akomodasi, terdapat beberapa bentuk pendekatan, seperti konvergen (mendekatkan diri dalam komunikasi), divergen (menjaga jarak), serta beberapa turunan dari divergensi seperti counter-accommodation, self-handicapping, maintenance, dan over-accommodation, yang semuanya menunjukkan berbagai cara dalam menyesuaikan atau tidak menyesuaikan komunikasi. (Etnawati et al., 2024). Ketika seseorang berkomunikasi dengan orang dari negara dan budaya yang berbeda, baik melalui media teknologi maupun secara langsung, maka akan terjadi pertemuan antar budaya. Karena itu, pemahaman atau literasi tentang komunikasi antar budaya menjadi sangat penting agar setiap individu bisa saling menghormati perbedaan budaya yang ada.

Komunikasi antar budaya memiliki peran penting di era globalisasi, karena membantu membangun pemahaman, rasa saling menghargai, dan menciptakan interaksi yang efektif di tengah keberagaman budaya. Hal ini memungkinkan seseorang untuk menyesuaikan diri dan berkembang dalam lingkungan multikultural. Mengingat manusia adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan orang lain dalam kehidupannya, maka komunikasi dan interaksi menjadi hal yang tak terpisahkan. Oleh sebab itu, perbedaan budaya sangat mungkin memengaruhi cara seseorang berinteraksi dan berkomunikasi dengan masyarakat dari latar belakang yang berbeda (Meilani et al., 2024). Chester Barnard mengatakan bahwa “setiap teori organisasi yang tuntas, komunikasi akan menduduki suatu tempat yang utama, karena susunan, keluasaan dan cakupan organisasi secara keseluruhannya ditentukan oleh teknik komunikasi” (Pramitha, 2020).

Kesimpulan dan Saran

Komunikasi antarbudaya memiliki peran yang sangat penting dalam membangun kolaborasi bisnis yang harmonis, terutama di era globalisasi dan digitalisasi saat ini. Perbedaan bahasa, nilai, serta kebiasaan antar budaya menjadi tantangan yang nyata dalam interaksi bisnis lintas negara. Namun, jika dikelola dengan baik, komunikasi lintas

budaya dapat menjadi kekuatan dalam menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. Komunikasi yang efektif tidak hanya mampu menyampaikan pesan, tetapi juga membangun kepercayaan, menghormati perbedaan, dan menciptakan hubungan kerja yang berkelanjutan dalam kolaborasi antar bangsa atau organisasi. Agar kolaborasi bisnis lintas budaya dapat berjalan dengan baik, pelaku bisnis maupun profesional dituntut untuk memiliki literasi komunikasi antarbudaya yang memadai. Edukasi, pelatihan keterampilan komunikasi, serta kesadaran akan pentingnya toleransi dan adaptasi budaya harus ditanamkan dalam setiap organisasi global. Selain itu, strategi komunikasi seperti akomodasi dan pendekatan empatik perlu dikembangkan agar tercipta lingkungan kerja yang inklusif dan produktif. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan secara lapangan untuk memperkaya pemahaman terhadap praktik nyata komunikasi antarbudaya dalam dunia bisnis.

Daftar Pustaka

- Al Idrus, S., & Abdussakir, A. (2019). Pengaruh pendidikan dan pengalaman bisnis terhadap orientasi kewirausahaan serta dampaknya terhadap orientasi pasar. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 15(1), 17–29.
- Etnawati, D., Murtiningsih, B. S. E., & Astagini, N. (2024). STRATEGI AKOMODASI KOMUNIKASI DALAM INTERAKSI ANTAR BUDAYA (STUDI KASUS ANTARA PERUSAHAAN INDONESIA DAN PERUSAHAAN ARAB). *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 15(1).
- Fatimah, R., & Perkasa, D. H. (2024). Tantangan dan upaya peningkatan komunikasi lintas budaya pada perusahaan multinasional (Kajian Literatur Review). *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 4(2), 55–69.
- Krisnayana, R. (2016). Peran Komunikasi Bisnis Dalam Strategi Bisnis. *Dialektika*, 3(1), 1–19.
- Luthfia, A. (2014). Pentingnya kesadaran antarbudaya dan kompetensi komunikasi antarbudaya dalam dunia kerja global. *Humaniora*, 5(1), 9–22.
- Meilani, A., Widiyanarti, T., Faiz, M. A., Prasetyo, F. D., Azzahra, A., & Zulfa, F. I. (2024). Etika Komunikasi Antar Budaya: Memahami Perbedaan Dan Menghindari Kesalahpahaman. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(4), 13.
- Muhtarom, D. A., Widiyanarti, T., Junistian, F., Karyana, Y. P., Saronta, S., & Baihaq, A. A.-R. (2024). Peran Komunikasi Antar Budaya dalam Meningkatkan Pemahaman dan Toleransi Antar Bangsa. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(3), 12.
- Perdhana, M. S., & Setyarini, K. D. (2021). Implikasi komunikasi lintas budaya pada manajemen lintas budaya organisasi kerjasama regional: Studi naratif pada Yayasan JCLEC. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1444–1457.
- Pramitha, D. (2020). Revitalisasi Kepemimpinan Kolektif-Kolegial Dalam Membangun Efektifitas Komunikasi Organisasi Pesantren (Studi Interaksionisme Simbolik Di Pondok Pesantren Jombang). *EVALUASI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 45–69.
- Safitri, A. H., Yaqin, M. A., & Utomo, A. H. (2020). Dekomposisi Model Proses Bisnis Tebang Muat Angkut (TMA) Menggunakan Refined Process Structure Tree (RPST) dan Metrik Kompleksitas. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Terapan*, 7(2),

107–112.

Zaman, S. (2023). *Rencana strategis komunikasi institusi: membangun kualitas dan relevansi konten untuk masa depan*. <http://repository.uin-malang.ac.id/14794/>