Experts

Komunikasi dalam Perniagaan: Cerminan Budaya dan Nilai Sosial

Wed, 05/06/2026 - 14:57

Dalam dunia perniagaan, komunikasi di antara jurujual dan pembeli bukan sekadar pertukaran maklumat mengenai produk dan harga. Ia juga merupakan cerminan budaya, norma sosial, dan nilai yang dipegang oleh sesuatu masyarakat. Cara jurujual berinteraksi dengan pembeli berbeza mengikut latar belakang budaya, dan penggunaan bahasa memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman membeli-belah yang positif.

Penggunaan Bahasa dalam Jual Beli

Bahasa yang digunakan oleh jurujual mencerminkan tahap profesionalisme dan kemahiran komunikasi mereka. Dalam masyarakat yang mementingkan kesopanan seperti di Malaysia, penggunaan bahasa yang sopan dan mesra amat ditekankan. Jurujual yang menggunakan kata sapaan seperti "Encik", "Puan", atau "Tuan" menunjukkan penghormatan kepada pelanggan. Selain itu, intonasi dan pemilihan kata yang bersifat persuasif tetapi tidak mendesak juga menjadi faktor penting dalam menarik perhatian pembeli.

Di Malaysia pada masa kini, penggunaan kata sapaan seperti "Sis" dalam permulaan perbualan semakin popular, terutamanya dalam kalangan golongan muda. Ia bermula melalui perbualan di laman media sosial terutamanya dan ia diguna pakai ketika bersemuka. Namun, apa yang menarik, penggunaan “Sis” di laman media sosial mahupun di shopee ataupun mana-mana platform dalam talian, menggunakan gelaran “Sis” tanpa mengambil kira pembeli tersebut adalah lelaki mahupun perbezaan umur sehingga jurujual yang menyapa pelanggan dengan "Sis, boleh saya bantu?" mencipta suasana yang lebih santai dan mesra. Begitu juga, penggunaan panggilan seperti "Abang", "Kakak", dan "Adik" dalam interaksi jual beli turut membantu merapatkan jurang antara jurujual dan pembeli, menjadikan suasana lebih akrab dan tidak terlalu formal. Walau bagaimanapun, penggunaan ini juga kadangkala dieksploitasi oleh pihak tertentu untuk meningkatkan jualan dengan mencipta hubungan yang lebih akrab secara sengaja. Selain dari panggilan “Sis”, panggilan “Bos” turut digunakan tanpa mengira pangkat ketika proses jual beli. Sebagai contoh, ketika di kedai makan, gelaran “Bos” digunakan kepada pelayan kedai. “Boss” yang dirujuk sebagai ketua bukan lagi dikira sebagai ketua tetapi sebagai tanda hormat pelanggan kepada jurujual di kedai tersebut.

Di negara-negara Barat seperti Amerika Syarikat, pendekatan lebih santai dan bersifat mesra pelanggan sering digunakan. Jurujual mungkin terus bertanya, *"How can I help you today?"* dengan nada yang ceria dan terbuka. Sebaliknya, di Jepun, interaksi jual beli lebih formal dengan penggunaan bahasa yang sangat sopan, seperti ungkapan *"Irasshaimase"* (selamat datang) yang diucapkan setiap kali pelanggan memasuki premis.

Perbezaan Budaya dalam Komunikasi Jual Beli

Setiap budaya mempunyai etika komunikasi tersendiri yang mempengaruhi cara jurujual berinteraksi

dengan pelanggan. Sebagai contoh, dalam budaya Melayu, komunikasi yang bersifat harmoni dan tidak terlalu langsung lebih disukai. Jurujual yang terlalu mendesak atau menggunakan nada suara yang terlalu tinggi mungkin dianggap kurang sopan. Sebaliknya, dalam budaya Barat, pelanggan lebih menghargai komunikasi yang terus terang dan jelas tanpa unsur berbelit-belit.

Di China, konsep ‘guanxi’ (hubungan sosial) memainkan peranan penting dalam perniagaan. Jurujual sering berusaha membina hubungan baik dengan pelanggan sebelum urusan jual beli dilakukan. Ini berbeza dengan budaya Jerman yang lebih menekankan ketepatan maklumat dan ketelusan dalam perbincangan harga serta ciri produk.

Cabaran dan Penyelesaian

Dalam dunia perniagaan global, jurujual perlu memahami kepelbagaian budaya dan menyesuaikan komunikasi mereka mengikut latar belakang pelanggan. Cabaran utama ialah perbezaan harapan dalam interaksi – pelanggan dari budaya tertentu mungkin lebih selesa dengan pendekatan formal, manakala yang lain lebih suka suasana santai dan mesra.

Salah satu penyelesaian adalah pendedahan kepada perbezaan antara budaya bagi jurujual, terutama dalam syarikat yang beroperasi di peringkat antarabangsa. Dengan memahami perbezaan budaya, jurujual dapat menggunakan pendekatan yang lebih sesuai dan meningkatkan keberkesanan komunikasi mereka. Penggunaan teknologi seperti aplikasi terjemahan juga boleh membantu dalam interaksi dengan pelanggan dari pelbagai latar belakang bahasa.

Kesimpulannya, bahasa yang digunakan dalam interaksi antara jurujual dan pembeli bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga menggambarkan budaya dan nilai sosial sesebuah masyarakat. Kefahaman terhadap perbezaan budaya dalam komunikasi jual beli dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjadikan pengalaman membeli-belah lebih menyenangkan. Oleh itu, penting bagi jurujual untuk terus memperbaiki kemahiran komunikasi mereka dan mengadaptasi pendekatan yang sesuai dengan latar belakang pelanggan yang pelbagai.



Oleh: Hajah Noor Azlinda Zainal Abidin
E-mel: azlinda@umpsa.edu.my
Guru Bahasa Kanan dan HRDC Accredited Trainer bagi kursus Business English
Pusat Bahasa Moden (PBM)
Universiti Malaysia Pahang AlSultan Abdullah (UMPSA)



Noor Aiesha Mohd Noor Aidi
Pelajar Sarjana Muda jurusan International Business, Faculty of Business Management and Professional Studies, Management and Science University (MSU)

- 92 views

View PDF