

BAB I

DASAR KOMPETENSI KEJURUAN

Deskripsi

Pengertian kompetensi dapat dijelaskan secara sederhana sebagai kemampuan manusia yang ditemukan dari praktek dunia nyata dapat digunakan untuk membedakan antara mereka yang sukses ('superior') dengan yang biasa-biasa saja di tempat kerja.

Kompetensi seseorang dapat ditunjukkan dengan hasil kerja atau karya, pengetahuan, keterampilan, perilaku, karakter, sikap, motivasi dan/atau bakatnya, berdasarkan hal tersebut Dasar kompetensi penjualan terbagi dalam 4 standar kompetensi yang harus dikuasai oleh Tenaga penjual yaitu:

- 1 Bekerjasama dengan kolega dan pelanggan yang dapat diimplementasikan dengan cara berkomunikasi di tempat kerja, memberikan layanan prima kepada pelanggan, bekerja dengan standar penampilan pribadi dan dapat bekerjasama dalam satuTim.
- 2 Bekerja di lingkungan sosial yang berbeda, yaitu bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan dan kolega dan latar belakang yang berbeda, bagaimana menangani kesalahpahaman pelanggan dan kolega karena latar belakang yang berbeda.
- 3 Menangani Konflik, yaitu mengidentifikasi situasi konflik, menerapkan cara penanganan konflik serta menanggapi keluhan pelanggan.
- 4 Mengikuti prosedur keamanan, keselamatan, dan kesehatan kerja yaitu Mengidentifikasi prosedur keamanan, keselamatan dan kesehatan kerja, Menghadapi situasi darurat keamanan, keselamatan dan kesehatan kerja serta Menjaga standar penampilan pribadi sesuai dengan prosedur keamanan keselamatan dan kesehatan kerja.

Dari penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa apa yang dilakukan seseorang di tempat kerja, hasil kerja apa yang diperoleh seseorang, dan tingkat prestasi kerja apa yang dicapai seseorang dapat bersumber dari karakteristik individu, yang dipengaruhi oleh salah satu atau kombinasi dari sumber kompetensi yang berbeda.

Pendahuluan

Unsur utama dalam menjalin kerjasama dengan kolega dan pelanggan adalah melakukan komunikasi. Dengan adanya Komunikasi maka akan memungkinkan seseorang untuk mengkoordinasikan suatu kegiatan kepada orang lain untuk mencapai tujuan bersama. Namun demikian, komunikasi bukan hanya sekadar transfer makna, melainkan mengandung suatu proses transaksional, yaitu berkaitan erat di mana orang berkomunikasi dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengembangkan harapan-harapannya, Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dijelaskan setiap inti dari pernyataan di atas yaitu:

1. Mempertukarkan simbol, artinya bahwa dalam sebuah proses komunikasi akan terjadi pertukaran simbol antara komunikator dengan komunikan.
Simbol tersebut memiliki pengertian yang sama dan dapat disampaikan secara lisan maupun tulisan.
2. Membentuk makna tertentu, artinya bahwa komunikasi itu bersifat transaksional, di mana orang akan saling belajar satu sama lain, tukar pengalaman atau pengetahuan melalui simbol-simbol yang sama-sama dimengerti san membentuk suatu makna tertentu yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Semakin sering orang berkomunikasi maka akan semakin banyak memiliki makna yang sama. Semakin banyak berkomunikasi dalam sebuah organisasi maka akan semakin besar pula kemungkinan untuk mengembangkan suatu kesepakatan (consensus) dan hingga mampu menciptakan opini dan persepsi.
3. Mengembangkan harapan-harapan, yaitu mempelajari simbol-simbol tersebut dan kemudian menghubungkan dengan pengalaman yang diperoleh serta mengamati dan menganalisis apa yang dilakukan oleh pihak lain ketika menggunakan simbol-simbol tersebut.

A. Berkomunikasi di tempat kerja

Komunikasi merupakan proses transaksional, di mana terjadi hubungan antara individu yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu agar seorang individu dapat menyampaikan pesannya secara efektif kepada orang lain maka diperlukan kemampuan untuk memahami komunikasi interpersonal.

1. Proses komunikasi dan Unsur-unsur dalam komunikasi

Komunikasi melibatkan tiga unsur yaitu pengirim (sender), media Komunikasi dan penerima (receiver). Jadi agar Komunikasi berlangsung, harus

terdapat sumber (source) dan penerima (receiver) yang memiliki pengalaman yang sama. Hal ini didasarkan pada istilah dasar kata Komunikasi yaitu 'communis' yang artinya sama. Dengan demikian Komunikasi dapat berlangsung apabila terdapat kesamaan antara penerima dan pengirim. Kesamaan tersebut adalah kesamaan pengetahuan tentang bahasa atau sandi, konsep, sistem nilai, pengalaman, dan sebagainya.

Proses Komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan pesan (*messages*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, yang dalam proses Komunikasi tersebut bertujuan (*feedback*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak

1. Hambatan yang bersifat teknis yaitu pesan dapat tidak utuh diterima komunikan karena gangguan teknis misalnya, suara tidak sampai karena pengeras suara rusak, kebisingan, lalu-lintas dan sebagainya.
2. Hambatan bahasa yaitu pesan akan salah ditafsirkan sehingga tidak mencapai apa yang diinginkan. Jika bahasa bahasa yang kita gunakan tidak dipahami oleh komunikan yang mungkin dapat diartikan berbeda.
3. Hambatan bola salju yaitu pesan menjadi membesar sampai jauh yakni pesan ditanggapi sesuai dengan selera komunikan-komunikan akibatnya semakin jauh menyimpang dari pesan semula, hal ini timbul karena:
 - a. Daya mampu manusia menerima dan menghayati pesan terbatas.
 - b. Pengaruh kepribadian dari yang bersangkutan.

Sebenarnya setiap macam, bentuk Komunikasi mempunyai hambatan masing-masing. Beberapa hal yang menghambat Komunikasi antara lain adalah:

1. Sikap yang kurang tepat. Hal ini bisa jadi disebabkan kurangnya bergaul atau terlalu egois.
2. Pengetahuan yang kurang sehingga tidak tahu apa yang harus di bicarakan atau sedang dibicarakan.
3. Kurang memahami sistem sosial sehingga kurang bisa menangkap pembicara, kurang memperhatikan adanya perbedaan kebiasaan, tradisi, budaya setempat, bahasa, dan sebagainya.
4. Adanya rasa curiga, prasangka, tidak percaya, dan tidak mendasar.

a. Fungsi Komunikasi

Adanya Komunikasi merupakan basis untuk melakukan kerjasama interaksi dan mempunyai pengaruh di dalam manajemen organisasi misalnya dalam hal:

1. Pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang diterima dan akurat serta jelas sumber-sumbernya.
2. Menempatkan posisi atau lokasi pengambil keputusan, misalnya topmanagement atau middle management.
3. Menetapkan sasaran dan tujuan, yaitu perlunya kesatuan pendapat atau konsensus bersama bagi pihak-pihak yang terlibat, baik individual maupun dengan pencapaian sasaran dan tujuan utama organisasi.

Myers & Myers (dalam Ruslan, 2002, p.103) menyebutkan bahwa secara luas fungsi Komunikasi pada suatu tingkat organisasi dapat di analisis sebagai berikut:

1. Produksi dan pengaturan
 - a. Menentukan rencana sasaran dan tujuan.
 - b. Merumuskan bidang-bidang masalah.
 - c. Mengkoordinasi tugas-tugas secara fungsional.
 - d. Instruksi, petunjuk, dan perintah untuk melaksanakan fungsi serta tugas-tugas yang harus dilaksanakan oleh bawahan.
 - e. Memimpin dan mempengaruhi serta untuk memotivasi bawahan.
 - f. Menentukan stándar hasil prestasi dan kerja karyawan.
 - g. Untuk menilai prestasi karyawan.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan)
 - a. Berkaitan dengan yang mempengaruhi harga diri, kebanggaan, rasa memiliki, dan tanggung jawab dari pihak bawahan.
 - b. Human relations antar pribadi dan manajemen organisasi.
 - c. Memotivasi untuk menyatukan keinginan dan tujuan antara individu-individu dengan sasaran dan tujuan pokok organisasi atau perusahaan.

Selanjutnya, Mulyana (2001, p.5) menyebutkan empat fungsi Komunikasi berdasarkan pendapat William I Gorden yaitu:

1. Fungsi sosial

Fungsi Komunikasi sebagai Komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa Komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan antara lain melalui Komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

Dengan adanya Komunikasi maka akan menjadikan manusia sebagai pengikat waktu (*time-binder*) yaitu kemampuan manusia dalam mewariskan pengetahuan dari generasi ke generasi dan dari budaya ke budaya.

2. Fungsi ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sendirian maupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan untuk memengaruhi orang lain. Namun dapat dilakukan sejauh Komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi). Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal seperti perasaan sayang, perasaan peduli, simpati, takut, prihatin, dan lain-lain.

3. Fungsi ritual

Komunikasi ritual merupakan sebuah fungsi Komunikasi yang digunakan untuk pemenuhan jati diri manusia sebagai individu, sebagai anggota komunitas sosial, dan sebagai salah satu unsur dari alam semesta. Individu yang melakukan komunikasi ritual berarti menegaskan komitmennya kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, ideologi, atau agamanya. Beberapa bentuk Komunikasi ritual antara lain, upacara pernikahan, siraman, berdoa (sholat, misa, membaca kitab suci), upacara bendera, momen olah raga, dll.

4. Fungsi instrumental

Komunikasi yang berfungsi sebagai Komunikasi instrumental adalah Komunikasi yang berfungsi untuk memberitahukan atau menerangkan (to inform) dan mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta dan informasi yang disampaikan adalah akurat dan layak untuk diketahui. Dengan demikian fungsi komunikasi instrumental bertujuan untuk

menerankan mengajar, menginformasikan, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur.

2. Bentuk-bentuk Komunikasi

Jaringan Komunikasi dalam suatu organisasi yaitu pesan, instruksi, dan informasi disampaikan secara resmi, yang artinya ditentukan oleh jenjang hirarki resmi organisasi dari atasan ke bawahan atau sebaliknya dan untuk melaksanakan fungsi pekerjaannya maka jaringan Komunikasi tersebut dinamakan jaringan Komunikasi formal.

Di dalam Komunikasi organisasi maka terdapat dua bentuk komunikasi yaitu:

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal yaitu Komunikasi yang menggunakan simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral maupun tulisan (Muhammad, 2004, p.95).

2. Komunikasi non Verbal

Komunikasi non verbal adalah penciptaan atau pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, seperti, menggunakan gerakan badan, sikap tubuh, kontak mata, vokal yang bukan berupa kata-kata, ekspresi muka, sentuhan, dan kedekatan (Muhammad, 2004, p.130).

Selain itu jaringan Komunikasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu Komunikasi formal dan informal. Bila pesan mengalir melalui jalan resmi atau formal yang ditentukan oleh hirarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan tersebut menurut jaringan formal. Sebaliknya jika pesan mengalir tidak melalui jalan resmi atau formal yang ditentukan oleh hirarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan tersebut menurut jaringan informal.

Ada tiga bentuk utama dari arus pesan dalam jaringan Komunikasi formal yang mengikuti garis Komunikasi seperti yang digambarkan dalam struktur organisasi (Muhammad, 2004, p.107) yaitu:

1. *Downward communication* atau Komunikasi kepada bawahan.
2. *Upward communication* atau Komunikasi kepada atasan.
3. *Horizontal communication* atau Komunikasi horisontal.

a. Bentuk Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah arus Komunikasi dua arah timbal balik yang dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen memegang peranan yang sangat vital, yaitu Komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan dari bawahan kepada atasan (*upward communication*). Dalam arus Komunikasi secara vertikal -- *downward communication* – atasan memberikan instruksi, petunjuk, informasi, penjelasan dan penugasan dan lain sebagainya kepada ketua unit kelompok dan bawahan. Kemudian arus Komunikasi diterima dalam bentuk -*upward communication* – bawahan memberikan laporan pelaksanaan tugas, sumbang saran, dan hingga pengaduan kepada pimpinannya masing-masing

1. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada jabatan yang berotoritas lebih rendah (Pace dan Faules, 2000, p.184). Sementara itu Komunikasi ke bawah juga menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pimpinan kepada bawahannya (Muhammad, 2004, p.108).Katz & Kahn menjelaskan bahwa ada lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan (Pace dan Faules, 2000, p.185) yaitu:

1. Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan.
2. Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan.
3. Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi.
4. Informasi mengenai kinerja pegawai.
5. Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas (sense of mission).

Kebanyakan Komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahan, tujuan/ disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijaksanaan umum. Lebih lanjut Lewis menyebutkan bahwa Komunikasi kebawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah

informasi, mencegah kesalahpahaman, karena orang-orang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan (Untuk menyampaikan informasi kepada bawahan dapat dilakukan dengan berbagai metode.

Empat klasifikasi metode yaitu: metode lisan, tulisan, gambar dan campuran dari lisan-tulisan dan gambar.

Berdasarkan beberapa penelitian para ahli ditemukan bahwa metode lisan saja paling efektif digunakan untuk situasi memberikan teguran atau menyelesaikan perselisihan di antara anggota organisasi.

Metode tulisan saja paling efektif digunakan untuk memberikan informasi yang memerlukan tindakan di masa yang akan datang, memberikan informasi yang bersifat umum, dan tidak memerlukan kontak personal. Sementara itu hasil penelitian setiap level menyatakan metode yang paling efektif adalah metode lisan diikuti tulisan. Mereka juga mengatakan bahwa pemakaian papan pengumuman dan metode tulisan saja kurang efektif digunakan (Muhammad, 2004, p.115). Bentuk Komunikasi yang biasa digunakan dalam tiap metode (Muhammad, 2004, p.116) adalah sebagai berikut:



1. Metode Lisan
 - a. Rapat, diskusi, seminar, konferensi
 - b. Interview
 - c. Telepon
 - d. Sistem interkom
 - e. Kontak interpersonal

- f. Laporan lisan
- g. Ceramah
- 2. Metode Tulisan
 - a. Surat
 - b. Memo
 - c. Telegram
 - d. Majalah
 - e. Surat kabar
 - f. Deskripsi pekerjaan
 - g. Panduan pelaksanaan pekerjaan
 - h. Laporan tertulis
 - i. Pedoman kebijaksanaan
- 3. Metode Gambar
 - a. Grafik
 - b. Poster
 - c. Peta
 - d. Film
 - e. Slide
 - f. Display

2. Komunikasi ke Atas

Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (penyelia). Semua pegawai dalam sebuah organisasi, kecuali mungkin yang menduduki posisi puncak, mungkin berkomunikasi ke atas yaitu, setiap bawahan dapat mempunyai alasan yang baik atau meminta informasi dari atau memberi informasi kepada seseorang yang otoritasnya lebih tinggi. Suatu permohonan atau komentar yang diarahkan kepada individu yang otoritasnya lebih besar, lebih tinggi, atau lebih luas merupakan esensi Komunikasi ke atas.

Komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi.

Tujuan dari Komunikasi ini adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan Komunikasi ini mempunyai efek pada penyempumaan moral dan sikap karyawan, tipe pesan adalah integrasi dan pembaruan (Muhammad, 2004, p.116). Komunikasi ke atas penting karena beberapa alasan, (Pace dan Faules, 2000, p.190), yaitu:

1. Aliran informasi ke atas memberi informasi berharga untuk pembuatan keputusan oleh mereka yang mengarahkan organisasi dan mengawasi kegiatan orang-orang lainnya.
2. Komunikasi ke atas memberitahukan kepada penyelia kapan bawahan mereka siap menerima informasi dari mereka dan seberapa baik bawahan menerima apa yang dikatakan kepada mereka.
3. Komunikasi ke atas memungkinkan bahkan mendorong omelan dan keluh kesah muncul ke permukaan sehingga penyelia tahu apa yang mengganggu mereka yang paling dekat dengan operasi-operasi sebenarnya.
4. Komunikasi ke atas menumbuhkan apresiasi dan loyalitas kepada organisasi dengan memberi kesempatan kepada pegawai untuk mengajukan pertanyaan dan menyumbang gagasan serta saran-saran mengenai operasi organisasi.
5. Komunikasi ke atas mengizinkan penyelia untuk menentukan apakah bawahan memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah.
6. Komunikasi ke atas membantu pegawai mengatasi masalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan mereka dengan pekerjaan mereka dan dengan organisasi tersebut.

Selanjutnya, Smith menjelaskan bahwa Komunikasi ke atas berfungsi sebagai balikan bagi pimpinan memberikan petunjuk tentang keberhasilan suatu pesan yang disampaikan kepada bawahan dan dapat memberikan stimulus kepada karyawan untuk berpartisipasi dalam merumuskan pelaksanaan kebijaksanaan bagi departemennya atau organisasinya (Muhammad, 2004, p.117).

Kebanyakan analisis dan penelitian dalam Komunikasi ke atas menyatakan bahwa penyelia dan manajer harus menerima informasi dari bawahan mereka yang (Pace dan Faules, 2000, p.190):

1. Memberitahukan apa yang dilakukan bawahan tentang pekerjaan mereka, prestasi, kemajuan, dan rencana-rencana untuk waktu mendatang.
2. Menjelaskan persoalan-persoalan kerja yang belum dipecahkan bawahan yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan.
3. Memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan.
4. Mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan mereka/rekan kerja mereka, dan organisasi.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dijelaskan bahwa jika terdapat keseimbangan Komunikasi ke atas dan Komunikasi ke bawah maka diharapkan informasi yang disampaikan oleh atasan kepada bawahan akan dapat diterima dengan baik oleh bawahan dan apabila bawahan menginginkan informasi tambahan maka bawahan akan dapat menanyakan informasi tambahan tersebut kepada atasan. Dengan demikian maka akan terjadi arus informasi sehingga antara pimpinan dan bawahan diharapkan dapat tercipta suasana yang menggairahkan yang pada akhirnya akan menimbulkan semangat kerja yang produktif di dalam usaha mencapai tujuan.

B. Memberikan Layanan Prima Kepada Pelanggan

Menurut penelitian kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai investasi usaha atau bisnis. Pelanggan bagi perusahaan adalah aset, karena itu peningkatan kualitas pelayanan diupayakan terus-menerus untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan / kolega.

Menurut William H. Davidow "bila suatu produk atau jasa tertentu diciptakan tanpa memperhatikan perencanaan pelayanan bagi pembeli, maka tugas usaha untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut akan sia-sia".

Perencanaan pelayanan yang baik bertujuan memberikan pelayanan kepada pelanggan / kolega sehingga tidak akan terjadi masalah / konflik / komplain. Berdasarkan hal tersebut maka Pengertian Pelayanan prima (Excellent service) adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan

pelanggan. Artinya pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan / masyarakat.

Penerapan pelayanan prima yang dapat memberikan kepuasan kepada kolega dan pelanggan pada dasarnya mempunyai manfaat sebagai berikut:

- Dapat menciptakan komunikasi yang positif dan harmonis antara perusahaan bisnis dengan kolega dan pelanggan.
- Dapat mendorong bangkitnya rasa simpatik dan loyalitas dari para kolega dan pelanggan.
- Dapat membentuk opini publik yang positif, sehingga menguntungkan bagi kemajuan perusahaan.
- Dapat menimbulkan profitabilitas perusahaan, sehingga mendorong dihasilkan produk baru yang berkualitas.
- Dapat membina hubungan yang baik dan harmonis dengan para kolega dan pelanggan.

Pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kepuasan pelanggan. Sebab tujuan penerapan pelayanan prima untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

1. Paradigma pelayanan sepenuh hati

Apa yang bisa membuat perhatian dan kualitas pelayanan yang kita berikan pada pelanggan selalu prima? Dr. Patricia Patton dalam bukunya *Service With Emotional Quotient* menyebutkan bahwa pelayanan sepenuh hati adalah yang bisa membedakan kualitas pelayanan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Menurut Dr. Patricia Patton diperlukan tiga paradigma pengikat yang bisa menjadikan pelayanan biasa yang kita lakukan menjadi istimewa. Yaitu:

a. Bagaimana kita memandang diri sendiri

Sebelum kita dapat menghargai orang lain, dalam hal ini adalah pelanggan kita perlu memberikan perhatian dan penghargaan pada diri sendiri: pada kemampuan kita, pada pengetahuan kita, pada keterampilan kita, dan pada penampilan kita. Jika kita sudah bisa menghargai diri sendiri, sebagai pribadi yang istimewa, maka kita akan membangun motivasi dan rasa percaya diri yang tinggi untuk menghasilkan yang terbaik bagi orang-orang di sekitar kita, termasuk pelanggan yang kita layani.

Antusiasme kita yang tinggi akan memancarkan kepribadian yang positif sehingga banyak orang suka bekerja sama dengan kita. Harga diri tidak diukur dari apa yang kita miliki dan apa pekerjaan kita. Apa pun bisnis

kita, apa pun pekerjaan kita, jika kita menghargai keberadaan kita sebagai bagian penting dalam bisnis tersebut, maka otomatis kita akan berusaha maksimal untuk selalu tampil prima, termasuk juga dalam memberikan pelayanan pada pelanggan.

b. Bagaimana kita memandang orang lain

Kita perlu melakukan hubungan yang emosional secara positif dengan orang-orang yang berhubungan dengan bisnis kita dan dengan apa pun yang kita kerjakan. Kita tidak boleh meremehkan ataupun menganggap mereka rendah. Sebaliknya, kita perlu menghargai keberadaan mereka. Kita perlu menyadari bahwa dalam hidup, kita harus saling membantu dan saling menolong sehingga kita menganggap orang lain itu juga penting. Untuk orang-orang yang kita anggap penting, pasti kita akan berusaha untuk melakukan sesuatu yang terbaik untuk mereka. Sehingga orang-orang akan merasa apa yang kita kerjakan istimewa karena mem beri manfaat bagi mereka. Sebaliknya, mereka pun akan menghargai usaha kita, dan percaya bahwa apa yang kita lakukan pasti untuk tujuan kebaikan, bukan sebaliknya.

c. Bagaimana kita memandang pekerjaan

Selain menghargai diri sendiri, dan orang lain, kita juga perlu menghargai pekerjaan ataupun bisnis yang kita lakukan. Jadi, kita perlu memilih bisnis ataupun pekerjaan yang kita anggap penting dan khusus. Dengan cara pandang seperti ini kita dapat menambah nilai pekerjaan kita dengan melakukan pekerjaan tersebut dengan sepenuh hati dan penuh perhatian. Kita tidak ragu menganggap pekerjaan dan bisnis kita sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kita. Orang yang menganggap pekerjaannya penting dan bermanfaat akan memiliki motivasi yang tinggi dan antusiasme yang luar biasa untuk memersembahkan yang terbaik dari pekerjaan dan bisnis yang ditekuni, termasuk memberikan pelayanan prima yang diberikan dengan sepenuh hati.

Setelah mengetahui paradigma pengikat untuk memberikan pelayanan sepenuh hati (yang bisa kita terapkan tidak hanya dalam konteks bisnis, tetapi juga dalam konteks lain dalam kehidupan kita), langkah berikutnya adalah menanamkan sikap yang diperlukan dalam memberikan pelayanan prima.

2. Sikap dalam memberikan pelayanan sepenuh hati

Selanjutnya, Dr. Patricia Patton mengemukakan bahwa nilai sebenarnya pelayanan sepenuh hati terletak pada kesungguhan empat sikap P, yaitu Passionate (gairah), Progressive (progesif), Proactive (proaktif), dan Positive (positif) dari orang-orang yang bertanggung jawab memberikan pelayanan tersebut.

a. "Passionate" (Gairah)

Kita perlu memiliki gairah untuk menghasilkan semangat besar terhadap pekerjaan, diri sendiri dan orang lain. Antusiasme dan perhatian yang kita bawa pada pelayanan sepenuh hati akan membedakan bagaimana kita memandang diri sendiri dan pekerjaan. Dari tingkah laku dan cara memberi pelayanan kepada para konsumen, konsumen akan mengetahui apakah kita menghargai mereka atau tidak. Gairah berarti menghadirkan kehidupan dan vitalitas dalam pekerjaan. Jika kita memiliki gairah hidup yang tinggi, kita cenderung akan memberikan pelayanan dengan senyum, vitalitas, dan antusiasme yang akan menular kepada orang-orang yang kita layani, sehingga mereka akan merasa senang bekerja sama, berbisnis dan berkomunikasi dengan kita.

b. "Progressive" (Progesif)

Dalam memberikan pelayanan sepenuh hati, kita perlu senantiasa berusaha menciptakan cara-cara baru yang lebih efektif, lebih efisien, dan lebih menarik untuk meningkatkan kualitas pelayanan kita. Kita tidak akan pernah puas dengan hasil yang kita dapatkan, untuk itu kita akan selalu berusaha mencari cara-cara kreatif untuk mempersembahkan yang lebih baik. Pekerjaan apapun yang kita tekuni, jika kita memiliki gairah dan pola pikir yang progresif, kita akan mampu menjadikan pekerjaan kita lebih menarik. Sikap progresif ini bisa kita kembangkan jika kita memiliki pikiran yang terbuka, wawasan yang luas, kemauan belajar tinggi, keberanian menghadapi perusahaan, dan tidak membatasi diri pada cara-cara memberi pelayanan yang monoton (terus-menerus sama, dari waktu ke waktu).

c. "Proactive" (Proaktif)

Nilai tambah pelayanan sepenuh hati adalah alasan yang mendasari mengapa kita melakukan sesuatu bagi orang lain. Pelayanan ini diberikan karena ada kepedulian dan itu akan membuat

perubahan bagi konsumen kita. Membiarkan konsumen kebingungan dan berjalan mondar-mandir mencari bantuan bukanlah sikap yang produktif. Walaupun konsumen tersebut tidak mendekati kita dan bertanya kepada kita (mungkin karena malu, atau tidak tahu kepada siapa harus bertanya), kita bisa terlebih dahulu mendekati mereka dan bertanya kepada mereka barangkali saja kita bisa membantu mereka. Sikap proaktif ini juga dapat kita pupuk dengan senantiasa bekerja lebih dari sekedar apa yang seharusnya kita lakukan dan secara aktif berupaya menemukan cara-cara baru untuk menambah makna dan rasa cinta pada pekerjaan dan bisnis yang kita tekuni.

d. "Positive" (Positif)

Bersikap positif mendorong kita untuk tidak mudah patah semangat atas masalah yang kita hadapi. Bersikap positif membimbing kita untuk lebih fokus pada penyelesaian bukannya pada masalah. Berlaku positif sangat menarik, karena sikap ini bisa mengubah suasana dan menebar kegairahan pada hampir semua interaksi dengan konsumen. Berlaku positif berarti menyambut hangat para konsumen, dan melayani pertanyaan dan permintaan mereka dengan sepenuh hati. Bersikap positif akan memancarkan keyakinan kita kepada konsumen, bahwa kita mampu memberikan jawaban bagi pertanyaan mereka, dan memberikan solusi atas semua masalah yang mereka hadapi. Salah satu cara sederhana yang ampuh yang bisa kita lakukan adalah memberi pelayanan dengan senyum, karena senyuman adalah bahasa universal yang positif yang dipahami semua orang.

Pelayanan sepenuh hati merupakan bagian yang tidak bisa terpisahkan dari kesuksesan seseorang, baik dalam bisnis ataupun dalam kehidupan sehari-hari. Kita bisa mengajak seluruh jajaran yang terlibat dalam bisnis kita untuk memberikan pelayanan sepenuh hati, yaitu dengan cara mengajak seluruh karyawan (termasuk pimpinan) untuk mengubah cara pandang terhadap diri sendiri, orang lain dan pekerjaan, dari cara pandang negatif, menjadi cara pandang positif dan apresiatif. Selanjutnya, dengan cara pandang yang baru ini, bersama-sama kita bisa mengembangkan empat sikap yang menunjang suksesnya memberi pelayanan sepenuh hati. Dengan kombinasi yang harmonis antara cara pandang dan sikap ini, pelayanan sepenuh hati bisa kita pupuk, (Sinar Harapan 2003).

3. Unsur-Unsur Pelayanan Prima

Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya telah ada suatu ketentuan tata laksananya, prosedur dan kewenangan sehingga penerima pelayanan puas apa yang telah diterimanya. Sehubungan dengan itu pelayanan kepada masyarakat harus mempunyai makna mutu pelayanan yang:

1. Memenuhi standar waktu, tempat, biaya, kualitas, dan prosedur yang ditetapkan untuk penyelesaian setiap tugas dalam pemberian pelayanan.
2. Memuaskan pelanggan artinya bahwa setiap keinginan orang yang menerima pelayanan merasa puas, berkualitas dan tepat waktu dan biaya terjangkau.

a. Unsur-unsur kualitas pelayanan antara lain:

1. Penampilan.
Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis) memerlukan persyaratan seperti : wajah harus menawan, badan harus tegap / tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam perilaku, penampilan penuh percaya diri, busana harus menarik.
2. Tepat waktu & janji.
Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan 2 hari selesai harus betul-betul dapat memenuhinya.
3. Kesiapan melayani.
Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan.
4. Pengetahuan dan keahlian.
Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Disini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang disyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.
5. Kesopanan & ramah tamah.
Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat

baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.

6. Kejujuran dan kepercayaan.

Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercaya dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas. Unsur pelayanan prima dapat ditambah unsur yang lain.

7. Kepastian hukum.

Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. Bila setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan KTP, KK dll bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

8. Keterbukaan.

Secara pasti bahwa setiap urusan / kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegaskan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

9. Efisien.

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta hasil kualitas yang tinggi. Dengan demikian efisiensi dan efektifitas merupakan tuntutan yang harus diwujudkan dan perlu diperhatikan secara serius.

10. Biaya.

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

11. Tidak rasial.

Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, aliran, dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.

12. Kesederhanaan.

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

b. Empat karakteristik Pelayanan Prima

Ada empat karakteristik yang dapat disikapi oleh pemimpin bisnis dalam hal pelayanan prima yang dapat memberikan nilai tambah pada perusahaan.

1. Mudah dan cepat.

Pada prinsipnya pola serta sistem pelayanan itu harus didesain sederhana, mudah dipahami baik oleh pelanggan maupun karyawan sendiri. Hal ini dapat saja dilengkapi oleh kecanggihan teknologi namun mudah dalam terapan tanpa menunda waktu.

2. Keterbukaan.

Buatlah pelanggan merasa diperhatikan secara tulus/tanpa pamrih dan terbuka, tidak seperti diakal-akali. Hati-hati, *proof is a reality not a promise*. Artinya pegang teguh segala janji dan iming-iming secara konsisten dan penuh komitmen. Akhir-akhir ini banyak ditemui, slogannya megah serta mewah. Iklannya tampak menjanjikan. Namun pada akhirnya setelah dibuktikan oleh rasa dan kasat mata semua itu bersifat palsu. Hanya tampak cantik di permukaan atau kosmetik belaka.

3. Perhatikan kepada kebutuhan

Perlu ketrampilan menyimak dan merasakan apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan. Perlu ketrampilan, kesabaran, dan

pemahaman sehingga bisa memberikan respons jitu kepada pelanggan.

4. Keakraban

Buat pelanggan merasa dihargai dan merasa dihormati. Tinggal pilih mana pelanggan yang perlu banyak basa-basi atau yang maunya to the point, tapi tidak meniggalkan hal-hal penghargaan.

Umumnya orang merasa senang bila dilayani secara energik dan antusias. Kita semua secara jujur akan merasa nyaman bila ada orang yang memunculkan sikap positif yang dimiliki.

Senyum, penuh perhatian, berbicara jelas dan berorientasi pasti membuat siapapun akan kembali dan kembali lagi untuk memakai jasa kita. Bila saja pemimpin bisnis bisa membuat separuh saja dari SDM yang dimiliki perusahaan melakukan dan menyadari akan pelayanan prima ini, maka suatu saat tanpa disadari banyak pesanan atau permintaan yang datangnya bertubi-tubi dan bukan saja datang dari upaya pemasaran yang butuh bujet besar.

Pemimpin bisnis seperti ini dapat dikatakan sebagai profil servant leaders. Memiliki profil servant leaders harus diawali dengan merasuknya roh pelayanan (servant soul) kepada pribadi seseorang.

Karakteristik servant soul di antaranya, memiliki jiwa keaslian diri yaitu jiwa yang mampu mengesampingkan ego sebagai pemegang kekuasaan. Jiwa kerapuhan yang mengungkapkan bahwa tidak mungkin hidup dapat menjadi suatu kelanjutan bila tidak mau saling berbagi. Karena memang manusia bukanlah makhluk sempurna.

C. Bekerja dengan standar pelayanan pribadi

Etiket merupakan bagian dari kehidupan bermasyarakat, dimana orang akan berinteraksi dengan orang lain dan semakin tinggi kedudukan, jabatan atau "status sosial" seseorang maka semakin sering dan semakin luas kemungkinan untuk berinteraksi dengan banyak orang yang besar kemungkinan akan terjadi interaksi lintas bangsa, lintas budaya. Oleh sebab itu, dengan mengetahui dan mempelajari tata cara pergaulan akan menjembatani perbedaan yang lintas bangsa dan budaya tersebut kita mengetahui yang patut dan tidak, sopan atau tidak, sehingga kita dapat tampil percaya diri, berkepribadian tidak canggung dan mudah menyesuaikan diri kita akan dapat bertindak "pantas dan sesuai" pada waktu dan peristiwa yang terjadi

sehingga tidak akan mempermalukan diri sendiri dan orang lain. dengan demikian kita bukannya hendak menafikkan etiket bangsa Indonesia yang kita kenal sebagai “tatakrama” yang berasal dari adat-istiadat dan budaya luhur nenek moyang kita.

Etika dengan etiket pengertiannya hampir sama, tetapi pelaksanaannya berbeda. Etiket dalam bahasa Prancis *etiquete* yang artinya kartu undangan khusus untuk Kerajaan (raja-raja), tetapi pada saat ini etiket adalah pedoman cara berbicara yang sopan, cara berpakaian, cara duduk, cara menerima tamu, dan bentuk-bentuk kesopanan lainnya, sedangkan etika adalah aturan sopan santun dalam pergaulan, etiket adalah peraturan yang tidak tertulis tetapi harus diterapkan dalam dunia kerja maupun pergaulan.

1. Memahami Arti Kepribadian

Etika pribadi yaitu kaidah atau penilaian baik dan buruk perilaku yang dilakukan seseorang, sedangkan etika sosial penilaian tingkah laku manusia yang dinilai baik buruknya oleh masyarakat atau lingkungan sosialnya.

“Kepribadian merupakan tatanan kehidupan manusia secara menyeluruh dan terpola pada nilai-nilai yang dimiliki dan diyakini kebenarannya. Perkembangan kepribadian manusia adalah merupakan hasil kerja sama antara faktor dalam (bawaan) dan faktor luar (agama, pendidikan, pergaulan). Kebudayaan dan peradaban manusia adalah ungkapan nilai-nilai yang terkandung dalam kepribadian.

Kepribadian seseorang akan tercermin dari tingkah laku, dari tutur kata, ucapan dan amal perbuatannya. Kepribadian seseorang sangat dipengaruhi oleh faktor kejiwaan, agama, biologis pendidikan serta lingkungan di mana ia bertempat tinggal. Kepribadian seseorang merupakan perpaduan kejiwaan dan badaniah yang nampak dalam gerak tingkah laku perbuatan yang serba rumit, serba sulit serba unik untuk dapat diukur secara nyata.”

Menurut Drs Suparman Sumahamijaya. MA, SC, AK, menjelaskan bahwa kepribadian adalah keseluruhan dari sifat-sifat jasmani, pikiran watak dan jiwa seseorang, sesuatu yang membedakan seseorang dari orang lain, budi pekerti, individualitas atau identitas individu, istilah bahasa Inggrisnya, kepribadian itu adalah *self*, *personality*, atau *a charming person*.

2. Ciri-ciri kepribadian yang baik, yaitu diantaranya:

- Adanya pengendalian diri / pengendalian hawa nafsu
- Adanya mawas diri atau introspeksi diri
- Jujur dalam sikap dan perbuatannya

3. Faktor-faktor yang Membentuk Kepribadian.

Manusia sejak dilahirkan terdapat banyak ciri-ciri dalam diri kita, baik ciri-ciri fisik (*body build*), maupun ciri-ciri faal (*body pshycology*) tertentu. Ciri-ciri fisik seperti: tinggi pendek, gemuk-kurus, bentuk-bentuk fisik tertentu diturunkan kedua orang tua kita, tetapi kita juga mempunyai ciri-ciri fisik yang unik (hanya kita sendiri yang punya) yang kita bawa sejak kita lahir. Demikian juga dengan ciri-ciri faal seperti kapasitas otak tertentu, kelengkapan dan kepekaan indra tertentu, dan lain-lain.

Faktor yang lain besar pengaruhnya terhadap kepribadian adalah hasil hubungan kita dengan lingkungan, atau pengalaman. Para ahli membedakan dua macam pengalaman yang mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu:

a. Pengalaman umum (*common experience*)

Pengalaman umum (*common experience*) yaitu pengalaman yang dihayati oleh semua anggota masyarakat atau bahkan semua manusia. Setiap masyarakat selalu mempunyai nilai-nilai, prinsip-prinsip moral, cara-cara hidup yang dihayati oleh semua anggota masyarakat itu. Kalau sifat itu bersifat universal, seperti menghormati orang tua, maka setiap manusia akan dididik untuk menjadi seperti itu. Pengalamam umum ini menjadi bagian dari seseorang yang sama dengan banyak orang lain di sekitarnya.

b. Pengalaman unik (*unique experience*)

Pengalaman unik (*unique experience*) setiap orang mempunyai pengalaman-pengalaman yang hanya dialami oleh dirinya sendiri. Karena sejak lahir seorang anak sudah membawa ciri-ciri serta kecenderungan-kecenderungan tertentu, maka reaksinya terhadap lingkungan atau reaksi lingkungan terhadap dirinya bersifat khas, unik dan tak ada duanya.

Walau kepribadian dapat dimengerti secara sederhana seperti di atas, ternyata para ahli tidak melakukan pendekatan yang sama.

Lebih jelas lagi perbandingan kepribadian antara masyarakat Indonesia dengan masyarakat Amerika Serikat, Inggris, Jerman ternyata perbedaannya sangat kontras. Demikian pula kepribadian tiap-tiap kelompok masyarakat di Indonesia berbeda-beda. Kepribadian bangsa Indonesia itu terlihat jelas dari sikap dan perilakunya yang bersifat kekeluargaan, ramah tamah, gotong royong dan tolong menolong.

Proses pembentukan kepribadian berlangsung melalui berbagai pola sosialisasi nilai-nilai dan norma-norma sosial, yaitu melalui imitasi, identifikasi, sugesti, akulturasi dan sejenisnya. Proses tersebut berlangsung dalam lingkungan keluarga, sekolah, tempat bekerja, dan masyarakat umum. Dengan demikian, pengaruh lingkungan sangat kuat terhadap pembentukan kepribadian.

Ada beberapa macam tipe kepribadian berdasarkan fungsi dan reaksinya.

- a. Berdasarkan fungsinya, terdapat empat tipe kepribadian berikut ini:
 - Kepribadian rasional, yaitu kepribadian yang dipengaruhi oleh akal sehat.
 - Kepribadian intuitif, yaitu kepribadian yang dipengaruhi oleh firasat atau perasaan kira-kira.
 - Kepribadian emosional, yaitu kepribadian yang dipengaruhi oleh perasaan.
 - Kepribadian sensitif, yaitu kepribadian yang dipengaruhi oleh kekuatan panca indera sehingga cepat bereaksi.
- b. Berdasarkan reaksinya terhadap lingkungan, terdapat tiga tipe kepribadian yang dipengaruhi berikut ini:
 - Kepribadian ekstrovert, yaitu kepribadian yang bersifat terbuka, berorientasi ke dunia luar, sehingga sifatnya ramah, senang bergaul dan mudah menyesuaikan diri.
 - Kepribadian introvert, yaitu kepribadian yang bersifat tertutup dan berorientasi kepada diri sendiri, sehingga sifatnya pendiam, jarang bergaul, suka menyendiri, dan sukar menyesuaikan diri.
 - Kepribadian ambivert, yaitu kepribadian campuran yang tidak dapat digolongkan ke dalam kedua tipe tersebut di atas oleh karena sifatnya bervariasi.

4. Sikap

Dalam kehidupan sehari-hari masalah sikap ini sangat menentukan kepribadian seseorang dalam pergaulan. Dari sikap ini akan diketahui bagaimana kepribadian seseorang itu, apakah kepribadiannya itu baik atau tidak.

Demikian juga dalam hal kegiatan kantor berjalan lancar sesuai dengan yang dikehendaki / tujuan, apabila pimpinan atau karyawan memiliki

kepribadian yang baik apalagi dalam mengadakan hubungan dengan pihak luar (masyarakat), karena pihak luar tersebut turut menentukan perkembangan kehidupan suatu kantor.

a. Kesopanan adalah paling utama

Kesopanan merupakan syarat terpenting dalam pergaulan sehingga tidak bisa dijalankan oleh karyawan yang kasar dan kurang ajar. Jika kesopanan digabungkan dengan kegembiraan serta kejujuran, maka dapat dipastikan bahwa pekerjaan kita di kantor sangat berhasil.

b. Mengevaluasi kepribadian

Kerapihan, keberhasilan, dan kesederhanaan berpakaian sangat penting dalam memberikan kesan yang menarik. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh seorang karyawan adalah:

- Rias rambut dan berdandan jangan berlebihan.
- Jangan memakai parfum yang merangsang
- Tangan dan kuku harus terawat dengan baik (kuku jangan dicat sepotong-potong)
- Sepatu harus menurut mode yang biasa dipakai (jangan yang tidak bertumit atau terlalu tinggi tumitnya dan jangan kelihatan jari-jari kaki yang terbuka)
- Pakailah perhiasan seperlunya
- Kenakanlah pakaian dengan warna dan potongan yang sederhana tetapi rapi
- Jangan memakai sweater, jacket atau kaos dalam ruang kerja.

Beberapa hal yang harus diperhatikan oleh seorang karyawan adalah sebagai berikut :

- Sebaiknya memakai celana potongan biasa
- Sepatu berwarna coklat atau warna hitam dan bersih
- Kaos kaki sesuai dengan warna celana dan dasi
- Janganlah memakai sepatu yang bagain tumit sudah sangat tipis.
- Pakaian seragam harus bersih dan terawat baik.
- Tangan, kuku dan rambut juga harus rapi.

c. Kebiasaan

Biasakanlah melakukan kebiasaan-kebiasaan yang baik, seperti :

- Mengosok gigi sehabis makan
- Jagalah nafas agar tidak berbau dan tetap sehat
- Jangan memegang rambut dan muka selagi bertugas
- Sisirlah rambut pada waktu tidak bertugas ditempat khusus
- Hati-hati dalam membuang kotoran (ludah)

d. Usahakanlah Untuk Mengingat Nama-Nama

Untuk suatu sikap yang terpuji untuk menegur orang yang sering kita temui dengan memanggil namanya. Hubungan bisnis lebih baik jika kita berusaha untuk mengingat nama-nama daftar tamu. Memberikan tanggapan yang bersifat menggembirakan atau memuji diperbolehkan, tetapi lebih baik membetasi jasa-jasa yang harus ditawarkan.

e. Pemberian Keterangan.

Dalam pemberian keterangan yang dibutuhkan oleh tamu sebaiknya

- Diteruskan kepada bagian-bagian yang bertanggung jawab
- Jangan memberikan jawaban/keterangan melalui telepon jika tidak mengenal suara pembicara, kecuali kalau memang mempunyai wewenang.
- Pertanyaan-petanyaan yang berkenaan dengan wewenang atasan sebaiknya jangan dijawab.

f. Tamu-tamu Pribadi.

Adalah wajar jika teman-teman menegur di kantor kalau mereka ada urusan dinas. Tetapi janganlah mengundang mereka, atau memenuhi keinginan mereka untuk masuk ke tempat pekerjaan kita secara pribadi, hanya untuk berbincang-bincang.

g. Kekuatan Pribadi Sesuai dengan Peran Suara Hati.

Setiap karyawan harus mengerti dan bersikap hati-hati dalam tindak tanduk pribadi. Penilaian orang lain kepada suara hati seseorang dipengaruhi banyak faktor, antara lain latar belakang pendidikan nya, agamanya, kebudayaannya, kedewasaan akalnya, pikiran, lingkungan, keadaan sehari-hari dan kedalaman imannya serta ketakwaanya kepada Allah.

Akan tetapi sekalipun seseorang itu sulit ditebak peranan suara hatinya, namun ciri-cirinya akan nampak, diantaranya:

- Dapat mengendalikan diri
- Jujur dalam sikap sebenarnya
- Mampu menahan emosi
- Tidak campur tangan dalam urusan orang lain
- Menaruh perhatian kepada orang lain
- Bertindak, berbuat, dan berkata sesuai dengan kenyataannya
- Ketakwaannya dan keimanannya kuat
- Tidak pernah bohong
- Kebenarannya dalam bertindak dapat dibenarkan menurut pendapat umum
- Suka menolong orang lain dengan hati ikhlas tanpa pamrih

D. Bekerja dalam satu tim

Dilihat dari asal katanya, tim terjemahan dari kata inggris, yaitu *together everyone*, dan *achieces*, yang artinya bekerja sama. Maksudnya jika suatu pekerjaan dikerjakan dengan cara bekerja sama maka akan dapat mencapai hasil yang lebih baik. Jadi dengan bekerja sama dalam satu tim maka hasil yang dicapai akan lebih besar daripada dikerjakan secara perorangan.

Tim merupakan bentuk khusus dari kelompok kerja yang berbeda dengan bentuk-bentuk kelompok kerja lainnya. tim beranggotakan orang-orang profesional yang dikoordinasikan untuk bekerjasama dalam menangani suatu tugas atau pekerjaan tertentu. Dengan kata lain, tim adalah sekelompok orang dengan berbagai latar belakang keahlian yang menjalin kerjasama untuk mencapai tujuan bersama.

1. Ciri-ciri sebuah tim

Ciri-ciri sebuah tim adalah sebagai berikut :

- Setiap anggota tim mempunyai ciri dan identitas yang sama.
- Setiap anggota tim mengetahui misi, tujuan dan sasaran yang ingin dicapainya.
- Setiap anggota tim dibawah seorang pimpinan yang sama.
- Setiap anggota tim merasakan dampak keberhasilan dan kegagalan.
- Setiap anggota tim saling bekerja sama dan berkolaborasi dalam melaksanakan tugas.
- Tim terdiri atas berbagai macam orang dengan latar belakang keahlian berbeda-beda.

2. Faktor-faktor pembentukan tim

Faktor-faktor yang mendasari pembentukan tim adalah sebagai berikut.

- a. "Pemikiran dua orang atau lebih cenderung lebih baik daripada hasil pemikiran satu orang".
- b. Konsep sinergi ($1 + 1 > 2$), yaitu bahwa hasil keseluruhan (tim) jauh lebih baik daripada jumlah bagiannya.
- c. Anggota tim dapat saling mengenal dan saling percaya, sehingga mereka dapat saling membantu dan bekerja sama.
- d. Kerja sama tim dapat menyebabkan komunikasi terbina dengan baik.
- e. Tim atau kelompok kerja umumnya bermuara untuk mensukseskan tujuan suatu organisasi. Tim merupakan pengembangan dari suatu manajemen strategi dalam suatu organisasi, institusi atau perusahaan. Kelompok kerja ini merupakan unit yang fundamental dari suatu organisasi.

Tim kerja itu ada yang bersifat formal dan ada pula yang informal. Tim kerja yang bersifat formal, meliputi kelompok kepemimpinan yang terdiri dari para manajer, staf, dan karyawan. Tim yang bersifat informal timbul secara spontan dalam lingkungan organisasi, tanpa adanya dorongan dari manajemen.

Orang pada umumnya setuju bahwa dalam lingkungan pekerjaan jarang terjadi bahwa suatu keberhasilan merupakan hasil dari prestasi satu orang. Keberhasilan itu merupakan hasil prestasi bersama seluruh anggota tim.

Dalam suatu organisasi atau perusahaan maka keberadaan suatu tim struktural atau tim fungsional merupakan strategi untuk meningkatkan produktifitas kerja, pendaya gunaan sumber daya efektif, penghematan biaya, peningkatan kualitas produk dan pelayanan, dan, sebagainya. Dengan melalui sebuah tim kerja yang baik maka hasil pekerjaan akan istimewa, bahkan sebagai hasil yang dramatis. Dengan jumlah orang yang sama dan tidak terlalu banyak dapat mengerjakan tugas atau pekerjaan yang sama.

Menurut Kasali, desain teamwork memerlukan sumber daya manusia yang kuat, unggul dan komplementer. Tanpa keahlian dan kompetensi yang memadai maka keberadaan suatu tim akan menjadi sia-sia. Adanya anggota tim yang terlalu unggul juga bisa menimbulkan *dissynergy*. Oleh karena itu, diperlukan kehati-hatian dalam mengubah desain tim kerja dari yang bersifat vertikal ke horizontal, atau dari yang bersifat tradisional ke modern.

3. Karakteristik sebuah tim

Tidak semua kumpulan orang dapat dikatakan sebuah tim. Untuk menjadi suatu tim, kumpulan orang itu harus memiliki karakteristik berikut ini.

a. Ada kesepakatan terhadap misi tim

- Agar sekelompok orang dapat menjadi suatu tim yang dapat bekerja sama secara efektif jika semua anggotanya memahami dan menyepakati misi dan tujuan tim.
- Semua anggota mentaati peraturan yang berlaku
- Suatu tim mempunyai peraturan atau pranata tersendiri sebagai landasan kerja dalam rangka mencapai misi dan tujuan.
- Sekelompok orang dapat menjadi suatu tim apabila mereka mentaati peraturan atau norma yang berlaku.

b. Adanya pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang

- Suatu tim akan berjalan dengan baik jika tugas, tanggung jawab dan wewenang dibagi secara adil dan bijaksana kepada setiap anggota.
- Suatu kelompok orang akan dikatakan sebuah tim jika terdapat pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang diantara para anggotanya.

c. Dapat beradaptasi terhadap perubahan

- Setiap anggota tim harus dapat saling membantu dan saling beradaptasi secara sehat dan positif terhadap perubahan yang terjadi.
- Sekumpulan orang akan disebut sebuah tim jika para anggotanya dapat beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi.

Jelaslah bahwa sekumpulan orang belum tentu merupakan suatu tim. Sebab orang-orang yang ada dalam suatu kelompok atau perkumpulan belum tentu dapat bekerja sama, mempunyai misi dan tujuan yang sama serta dapat saling pengertian dan saling membantu.

4. Prinsip-prinsip kerja sama tim

Prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam membentuk suatu tim adalah sebagai berikut:

a. Identitas pribadi anggota tim

Sudah merupakan hal yang alami jika seseorang ingin tahu apakah mereka cocok berada didalam suatu tim atau tidak. Faktor saling percaya antar anggota tim rupanya sangat penting. Oleh karena itu, setiap anggota

tim harus mengenal identitas dan karakter pribadi masing-masing. Suatu tim tidak akan dapat berjalan efektif apabila para anggotanya tidak merasa cocok satu sama lain.

b. Hubungan antaranggota tim

Agar setiap anggota tim dapat bekerja sama, mereka tentu saja harus dapat saling mengenal, saling berhubungan dan saling berkomunikasi. Untuk itu dibutuhkan waktu bagi anggota tim yang berasal dari berbagai latar belakang pendidikan, politik dan status sosial budaya yang berbeda-beda untuk saling mengenal dan bekerja sama.

5. Manfaat dan tujuan bekerja dalam tim

Bekerja dalam bentuk tim akan lebih efektif daripada bekerja sendiri-sendiri. Apa saja manfaat dan tujuan bekerja dalam tim? Untuk memahami hal itu, pelajarilah materi pelajaran berikut ini!

a. Fungsi dan manfaat bekerja dalam tim

Bekerja dalam tim memiliki banyak fungsi dan manfaat. Fungsi bekerja dalam tim antara lain dapat merubah sikap, perilaku, dan nilai-nilai pribadi serta dapat turut serta dalam mendisiplinkan anggota lainnya. Anggota tim yang menyimpang dapat ditekan dan diluruskan dengan kewajiban untuk mematuhi dan melaksanakan aturan atau norma yang berlaku dalam tim. Selain itu, tim dapat digunakan untuk pengambilan keputusan, merundingkan, dan bernegosiasi (bargaining). Anggota tim dengan latar belakang yang berbeda-beda mungkin saja membawa perspektif atau pengaruh positif terhadap proses pengambilan keputusan.

Cara kerja tim menghendaki adanya komunikasi terbuka di antara semua anggota. Interaksi antaranggota tim yang efektif akan mempengaruhi dinamika kerja tim. Sebagai contoh, anggota yang berpartisipasi dalam penyusunan rencana akan terikat oleh upaya pencapaian tujuan. Pemahaman tentang tim merupakan hal yang penting untuk dapat melaksanakan semua fungsi manajemen, terutama kepemimpinan. Sebab sebuah tim adalah refleksi dari kenyataan hidup kelompok orang yang terorganisasi.

Tim tidak hanya penting dan bermanfaat bagi organisasinya saja, tetapi juga memberikan manfaat bagi individu para anggotanya. Tim dapat menyediakan kepuasan sosial bagi para anggotanya maka perasaan pemilikan dan dukungan terhadap tim akan berkurang. Manfaat lain dari tim

adalah meningkatkan komunikasi interpersonal diantara para anggotanya. Secara lebih rinci manfaat bekerja dalam tim adalah sebagai berikut:

b. Manfaat bagi organisasi:

- Meningkatkan produktifitas kerja;
- Meningkatkan kualitas kerja;
- Meningkatkan mentalitas kerja;
- Meningkatkan kemajuan organisasi.

c. Manfaat bagi anggota:

- Stress atau beban akibat pekerjaan akan berkurang;
- Tanggung jawab atas pekerjaan dipikul bersama;
- Memperoleh balas jasa dan penghargaan;
- Sebagai media aktualisasi diri;
- Dapat menyalurkan bakat dan kemampuannya.

6. Tujuan bekerja dalam tim

Setiap kegiatan mempunyai tujuan tertentu. Demikian pula bekerja dalam tim sudah pasti mempunyai tujuan. Setiap tim tentu saja mempunyai tujuan yang berbeda-beda sesuai dengan permasalahan dan bidang garapan masing-masing. Pada dasarnya tujuan bekerja dalam tim didasarkan pada dua prinsip berikut ini:

a. Kesatuan tujuan

Setiap anggota tim tentu saja mempunyai kesamaan tujuan. Prinsip kesatuan tujuan ini mencakup kesamaan visi, misi dan sasaran dan program kerja tim. Apabila suatu program garapan atau proyek harus diselesaikan dalam suatu periode waktu tertentu maka pola pelaksanaan kerja tim harus disesuaikan dengan prinsip kesatuan tujuan.

b. Efisiensi

Suatu tim adalah efisien jika setiap anggota menyelesaikan tugas atau pekerjaan secara cepat, efisien dan efektif. Suatu tim yang efisien adalah tim yang bekerja tanpa pemborosan dan kecerobohan, sehingga memberi kepuasan kerja.

c. Efektivitas

Tujuan bekerja dalam tim, antara lain untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerja. Suatu tim disebut efektif jika telah memiliki ciri-ciri berikut ini:

d. Tujuan yang jelas dan operasional

Suatu tim harus memiliki tujuan yang jelas dan operasional agar dapat dikerjakan dan dicapai secara nyata oleh semua anggota tim.

e. Keterampilan yang memadai

Setiap anggota tim harus memiliki kompetensi atau keterampilan yang memadai agar mampu bekerja dalam tim dengan sebaik-baiknya.

f. Komitmen

Setiap anggota tim harus memiliki komitmen yang jelas terhadap misi pekerjaannya. Kesetiaan anggota kepada tim tidak hanya pada tahapan *attach* (hanya sebagai pelengkap saja, misalnya asal hadir atau asal ada) dan *involve* (ikut serta terlibat, misi dan kepentingan individu lebih dominan), akan tetapi sampai pada pelaksanaan komitmen. Maksudnya individu berperan aktif dalam tim dengan segenap potensi dan kemampuannya. Dalam hal ini lebih mengutamakan kepentingan tim dari pada kepentingan pribadi, atau kepentingan individu melebur dalam kepentingan tim.

g. Saling percaya

Setiap anggota tim harus memiliki rasa saling percaya. Suasana saling percaya dalam tim sangat dipengaruhi oleh budaya tim itu sendiri. Tim yang menganut nilai keterbukaan dan kemitraan akan mendorong para anggotanya komit terhadap tugas dan pekerjaannya.

h. Komunikasi yang baik

Dalam tim harus terjalin proses komunikasi yang baik. Anggota dapat menyampaikan pesan, gagasan dan keinginan, termasuk umpan balik kepada anggota yang lain.

i. Kemampuan negosiasi

Tim yang efektif bersifat luwes dan terus menerus mengadakan penyesuaian. Oleh karena itu, anggota tim harus mempunyai ketrampilan negosiasi yang memadai dan mampu menghadapi dan menerima perbedaan.

j. Kepemimpinan yang tepat

Pimpinan tim harus dapat memotivasi para anggotanya agar mau mengikuti perkembangan dan perubahan yang terjadi. Dalam hal ini pimpinan tim diharapkan dapat menjelaskan tujuan, mengatasi hambatan, dan membantu anggotanya agar dapat menyelesaikan tugas dan pekerjaannya dengan baik.

KEGIATAN.

Kunjungilah kantor desa atau perusahaan bisnis di daerah tempat tinggal Anda! Tanyakan tim apa saja yang dibentuk disana! Tulislah tujuan dan manfaat dibentuknya tim-tim tersebut!

II. BEKERJASAMA DILINGKUNGAN SOSIAL YANG BERBEDA

Angkatan kerja dalam suatu perusahaan sekarang ini sudah semakin beragam. Banyak perusahaan-perusahaan multinasional yang memperkerjakan orang-orang dengan latarbelakang budaya yang berbeda. Akibatnya angkatan kerja semakin beragam dalam hal struktur keluarga, agama, jenis kelamin, budaya dan latarbelakang pendidikan.

A. Berkomunikasi dengan pelanggan dan kolega dari latar belakang yang berbeda

Budaya merupakan suatu sistem simbol, keyakinan, sikap, harapan, norma tingkah laku yang dimiliki bersama. Sedangkan sub budaya merupakan kelompok-kelompok yang berbeda yang ada dalam suatu budaya utama. Orang-orang mempelajari budaya baik secara langsung maupun tidak langsung dari anggota kelompoknya. Saat Anda tumbuh dalam suatu budaya Anda diajarkan siapa Anda dan bagaimana berfungsi secara baik dalam budaya tersebut oleh anggota kelompok lainnya.

Cara pandang seseorang terhadap budaya lain tidak selalu menerima dan memahaminya, ada yang bersikap menyamaratakan dengan budaya sendiri. Sikap tersebut disebut sebagai etnosentrisme.

Etnosentris merupakan kecenderungan untuk menilai semua kelompok lain menurut standar, tingkah laku, dan tradisi kelompok sendiri serta memandang kelompok atau budaya lain lebih rendah.

1. Perbedaan Budaya

Perbedaan budaya dapat menjadi hambatan dalam berkomunikasi yang sulit diatasi. Perbedaan budaya dapat dilihat dari konteks budaya, perbedaan aspek legal dan etika, Perbedaan sosial dan perbedaan tanda-tanda non-verbal.

a. Perbedaan konteks budaya

Konteks budaya merujuk pada pola petunjuk fisik, stimulus lingkungan, dan pemahaman tersirat yang menyampaikan arti antara dua anggota dalam budaya yang sama. Dari budaya satu ke budaya lain orang-orang menyampaikan arti contextual secara berbeda. Context budaya didunia terbagi menjadi dua jenis budaya, yaitu:

1. ***Budaya dengan low context.***

Negara-negara yang termasuk budaya dengan low context adalah Amerika Utara dan Eropa. Ciri-ciri budaya yang low context adalah sebagai berikut:

- a) Dalam pengambilan keputusan:
Lebih cepat karena fokus pada tujuan, dan terbiasa berterus terang.
- b) Pemecahan masalah
Fokus pada penyebabnya, sehingga tidak bertele-tele.
- c) Negosiasi
Lebih cepat memutuskan bila ada kekuasaan untuk memutuskan.
- d) Pemisahan antara masalah pribadi dan pekerjaan.
Adanya pemisahan antara masalah pribadi dengan pekerjaan.

2. ***Budaya dengan high context.***

Negara-negara yang termasuk dalam high context, diantaranya: Negara-negara Asia, termasuk Indonesia.

Ciri-ciri budaya yang high context adalah sebagai berikut:

- 1) Pengambilan keputusan
Tidak efisien, karena lebih menjaga perasaan orang lain sehingga lebih lama dalam pengambilan keputusannya.
- 2) Pemecahan masalah
Lebih lama karena tidak berorientasi kepada akar penyebab masalah, namun lebih menjaga perasaan orang lain.
- 3) Negosiasi
Seringkali tidak dapat memutuskan secara langsung.
- 4) Pemisahan masalah pribadi dan pekerjaan
Tidak ada pemisahan antara masalah pribadi dan pekerjaan.

b. Perbedaan aspek legal dan etika

Konteks budaya juga mempengaruhi perilaku legal dan etika.

Perbedaan-perbedaan legal dan etika tersebut dapat terlihat dari beberapa aspek berikut ini:

- a. Pada budaya dengan konteks rendah:
 - Mengutamakan perjanjian tertulis
 - Seseorang dinyatakan bersalah pada saat dinyatakan bersalah oleh pengadilan. Sebelum pengadilan memutuskan tidak boleh dinyatakan bersalah.

b. Pada budaya dengan konteks tinggi

- Lebih mengutamakan perjanjian secara lisan
- Seseorang dinyatakan bersalah saat polisi melakukan penangkapan sampai hakim memutuskan di pengadilan,

Saat berkomunikasi secara lintas budaya, maka pesan Anda haruslah bersikap etis, dengan mengaplikasikan 4 prinsip dasar, sebagai berikut:

- Secara aktif mencari kesesuaian untuk mendapatkan pemahaman bersama.
- Tidak boleh ada prasangka atau penilaian secara terburu-buru di muka.
- Menunjukkan rasa hormat pada budaya lain yang berbeda
- Mengirim pesan secara jujur

c. Perbedaan dalam aspek sosial

Perbedaan budaya berdasarkan sosial terbagi menjadi empat bagian, yaitu: konsep terhadap materi, peran dan status, penggunaan cara dan sopan santun, dan konsep waktu.

1. Konsep terhadap materi

a) Konteks budaya rendah:

- Berorientasi pada tujuan dan kenyamanan materi diperoleh dari usaha individu.

b) Konteks budaya tinggi:

- Mendapatkan pekerjaan lebih penting dibandingkan bekerja secara efisien.

2. Peran dan status

a) Konteks budaya rendah:

- Dapat menyapa atasan tanpa menggunakan gelar, seperti “Bapak” atau “Ibu”, “Mr” atau “Mrs”
- Hubungan antara atasan – bawahan bersifat terbuka, tidak terdapat perbedaan antara atasan dan bawahan. Diluar pekerjaan, atasan dan bawahan dapat berteman dengan baik, dan mengesam pingkan status mereka dalam pekerjaan.

b) Konteks budaya tinggi

- Menyapa pelaku bisnis/atasan dengan gelar. Status sosial sangat penting, bahkan diluar pekerjaan atau diluar kedinasan.
- Tertutup, atasan dan bawahan harus dibedakan. Cenderung ada jarak antara atasan – bawahan.

3. Penggunaan cara dan sopan santun
 - 1) Konteks budaya rendah:
 - Memberikan hadiah kepada istri teman dianggap sopan dan biasa.
 - 2) Konteks budaya tinggi:
 - Memberikan hadiah kepada istri teman dianggap tidak sopan.
4. Konsep waktu

Konteks budaya rendah menganggap waktu sebagai cara untuk merencanakan hasil kerja dengan efisien. Waktu diperlakukan dengan sangat berharga. Sebaliknya pada budaya dengan konteks budaya tinggi cenderung tidak menghargai waktu, sehingga istilah jam karet merupakan hal yang biasa.

d. Perbedaan tanda-tanda non-verbal

1. Konsep ruangan

Pada budaya dengan Konteks budaya rendah ruangan kerja lebih tertutup karena mereka lebih menghargai privacy seseorang. Sedangkan pada budaya dengan Konteks budaya tinggi ruangan lebih terbuka. Atasan bawahan dapat saling melihat satu sama lain, seperti dapat kita lihat di perusahaan perusahaan Jepang.
2. Kontak mata

Pada budaya dengan konteks rendah seperti Amerika Serikat, jika seseorang tidak membalas tatapan matanya maka dianggap orang tersebut mengelak atau tidak jujur. Sedangkan pada budaya dengan konteks tinggi, seperti di Asia dan Amerika Latin, dengan mempertahankan tatapan mata kebawah merupakan tanda penghargaan atau penghormatan. Sebaliknya menatap mata langsung dapat dianggap sebagai bentuk ketidak sopanan.
3. Bahasa tubuh

Bahasa tubuh bisa membantu mengklarifikasi pesan-pesan yang membingungkan. Namun dalam perbedaan antar budaya bahasa tubuh dapat memberikan pengertian yang berbeda. Misalnya, dalam budaya dengan konteks yang rendah mengangkat kaki ke atas meja merupakan hal yang biasa namun dalam budaya yang konteks budayanya tinggi hal itu dianggap sebagai bentuk ketidaksopanan atau penghinaan. Perbedaan bahasa tubuh lainnya, misalnya ekspresi wajah, perilaku sentuhan, dan cara bagaimana seseorang mengucapkan salam. Jika

kita perhatikan seorang India akan menggelengkan kepalanya saat ia mengatakan “ya”. Gelengan kepala di kebanyakan budaya lain diartikan sebagai tanda “tidak”. Cara seseorang bersalaman juga akan menunjukkan perbedaan budaya yang nyata. Di Indonesia jabat tangan yang sopan dilakukan dengan kedua belah tangan secara halus. Di barat jabat tangan yang baik yang menunjukkan persahabatan dilakukan secara erat. Jabat tangan yang kurang erat diartikan sebagai bentuk kekasaran atau penolakan.

Perilaku sentuhan juga bisa berbeda dalam suatu budaya dengan budaya yang lain. Pelukan antara pria dan wanita untuk menunjukkan keakraban atau kegembiraan merupakan hal yang diterima secara umum, meskipun mereka bukan sepasang kekasih atau suami istri. Di budaya lain, perilaku demikian dapat dianggap sebagai hal yang tidak biasa atau tidak wajar. Tanda-tanda non-verbal dalam komunikasi antar budaya harus diperhatikan secara cermat, supaya tidak terjadi kebingungan atau salah paham.

B. Menangani kesalahpahaman pelanggan dan kolega karena latar belakang yang berbeda

Adanya perbedaan kebudayaan dapat menyebabkan kesalah-pahaman dalam berkomunikasi yang lebih lanjut dapat menyebabkan konflik. Komunikasi lintas budaya dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu:

- 1) Waktu dan tempat, Waktu adalah salah satu perbedaan terbesar yang memisahkan budaya dan kebudayaan dalam melakukan sesuatu. Perbedaan waktu dapat mengakibatkan kerusakan dan langkah yang dramatis dalam negosiasi atau proses pemecahan masalah.
- 2) Nasib dan pertanggungjawaban pribadi, yaitu derajat dimana kita merasa diri kita adalah pemimpin hidup kita, versus derajat dimana kita melihat diri kita sebagai subjek atas sesuatu diluar kendali kita.
- 3) *Face and Face saving*, face penting dalam lintas budaya, walaupun begitu dinamika rupa atau face dan face saving adalah berbeda. Rupa meliputi status, kekuatan, kesopanan, hubungan kedalam dan keluar, humor, dan rasa hormat. Poin awal dalam individualis dan communitarianism berhubungan dekat dengan rupa.

- 4) Komunikasi nonverbal, komunikasi nonverbal sangat penting dalam hubungan lintas budaya. Hal ini dikarenakan kita cenderung melihat isyarat nonverbal apabila pesan verbal tidak jelas atau ambigu terutama dalam hal lintas budaya. Oleh karena itu perlu diperhatikan apa yang cocok, normal, dan efektif dalam komunikasi nonverbal. Perbedaan budaya memiliki sudut pandang yang berbeda terhadap isyarat nonverbal dalam menyampaikan pesan.

Kunci komunikasi lintas budaya yang efektif adalah pengetahuan. Pengetahuan perlu karena:

- (1) Masyarakat perlu mengerti masalah potensial dalam komunikasi lintas budaya dan meningkatkan kesadaran untuk mengatasi masalah tersebut.
- (2) Penting untuk mengasumsikan perkembangan seseorang tidak selalu sukses dan menyesuaikan perilaku seseorang. Active listening dapat digunakan untuk mengkonfirmasi apakah pihak tersebut mengerti benar akan pesan yang disampaikan. Jika kata yang digunakan berbeda dalam konteks bahasa atau kelompok budaya active listening tetap dapat menimbulkan kesalahpahaman. Komunikasi lintas budaya dapat diatasi dengan menggunakan perantara yang sudah kenal dengan kedua budaya sehingga dapat membantu dalam situasi komunikasi lintas budaya. Akan tetapi perantara terkadang bahkan dapat membuat komunikasi menjadi lebih sulit. Hal ini dapat diatasi dengan menggunakan diskusi ekstra mengenai proses dan cara yang membawa diskusi tersebut tepat.

Membahas budaya memang tidak akan terlepas dari cara dan media komunikasi. Berbicara mengenai media komunikasi maka hal pokok yang harus kita tinjau adalah bahasa. Ini tidak terlepas dari posisi bahasa sebagai sebuah media ekspresi dari cermin pikiran manusia (*mirror of a mind*), atau seperti yang dikemukakan oleh Dell Hymes (1970) bahwa: *language as the symbolic guide to culture* (bahasa sebagai petunjuk simbolik untuk memahami budaya manusia).

Cara manusia menggunakan bahasa sebagai media komunikasi sangat bermacam-macam antara suatu budaya dengan budaya lain, bahkan dalam satu budaya sekalipun. Kita ambil contoh, meskipun kita sama-sama menggunakan bahasa Indonesia, kita sering dipusingkan dengan makna dari “ya”. Dalam berbagai konteks, “ya” bisa diartikan “saya setuju”, atau bisa saja diinterpretasikan “saya sudah mendengar Anda, tapi saya belum tentu setuju”. Dan kadang kala jawaban

“ya” dalam bahasa Indonesia tidak selalu bermakna literal “ya”. Karena bisa jadi untuk menyelamatkan muka lawan bicara (face saving), kita seringkali menjawab “ya”, padahal jawaban yang sebenarnya adalah “tidak”. Fenomena seperti ini dalam *Discourse Analysis* dinamakan dengan *white lie* (kebohongan putih).

Dalam konteks bahasa verbal, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi, khususnya dengan hal yang berkaitan dengan dialek. Hampir semua bahasa yang mempunyai jumlah penutur relatif banyak, mempunyai dialek yang berbeda-beda.

Jenis dialek yang lain yang harus diperhatikan dalam konteks kebudayaan adalah dialek sosial. Dialek ini bisa saja disebabkan adanya perbedaan gender (pria-wanita), status sosial (kaya-miskin, bangsawan-non bangsawan, termasuk latar belakang pendidikan dan ekonomi), dan umur. Ambil contoh dalam bahasa Jawa, karena penuturnya terbagi dalam stratifikasi sosial yang bertingkat-tingkat, bahasa Jawa dalam pemakaiannya terbagi menjadi Kromo Inggil, Kromo, Kromo Madyo, dan Ngoko. Termasuk dalam bahasa Sasak dan Bali, terdapat juga bahasa halus dan bahasa “kasar”. Variasi bahasa, baik dalam bentuk perbedaan dialek regional maupun dialek sosial, harus betul-betul diperhatikan dalam berkomunikasi.

Salah satu aspek penting yang berpengaruh dalam komunikasi adalah pemakaian bahasa non-verbal. Menurut Du Praw (*Toward a More Perfect Union in Age of Diversity*: 1996) bentuk dari bahasa non-verbal ini bisa meliputi bentuk ekspresi muka (*facial expressions*), dan gerak tubuh (*gestures*), misalnya pandangan mata, senyum, pemakaian tangan kiri dan kanan, gelengan kepala, gerakan tangan, dan lain sebagainya.

Termasuk juga dalam jenis bahasa non verbal adalah pengaturan tempat duduk dalam suatu acara, dan jarak antar pembicara pada saat proses komunikasi berjalan. Walaupun ada bentuk komunikasi non-verbal yang dipahami secara universal, tidak sedikit pula bentuk-bentuk komunikasi ini yang diartikan berbeda-beda antara satu budaya dengan budaya yang lain. Senyum misalnya, orang Indonesia memahami senyum sebagai bahasa universal untuk mengekspresikan keramahhahan dan persahabatan. Tetapi bagi orang Eropa Timur, senyum hanya diberikan pada teman dekat, dan keluarga. Mereka tidak akan sembarangan memberikan senyuman pada orang yang baru mereka temui. Jadi kalau dilihat dari cara pandang orang Indonesia, orang Eropa Timur bisa dinilai kurang ramah, dan tidak bersahabat.

Perbedaan-perbedaan cara memahami bentuk-bentuk komunikasi, baik verbal maupun non-verbal, bisa menimbulkan kesalah pahaman dalam komunikasi lintas budaya. Sehingga tidak jarang pendapat atau opini kita terhadap suatu budaya atau komunitas tertentu bergerak menjadi suatu identitas yang menyebabkan terjadinya stereotip atau penyamarataan. Padahal budaya merupakan suatu konsep yang sangat rumit, dan memiliki lebih dari 300 definisi (Sadtono: 2003). Tapi sederhananya, konsep ini mengacu kepada satu kelompok atau komunitas yang berbagi cara pandang yang sama dalam memahami dunia sekelilingnya. Tidak ada ruginya kita belajar mengenai budaya orang lain, karena hal itu memperkaya cara pandang kita terhadap kehidupan. Supaya apa yang kita pahami sebagai nilai-nilai kebenaran, kepatutan, kesopanan, dan kesantunan, tidak selalu berasal dari cara pandang dan kaca mata budaya kita semata. Karena ada nilai-nilai budaya yang kita miliki dan kita anggap “baik” dan “benar”, tapi belum tentu baik dan benar dalam kaca mata budaya orang lain.

Berbinis lintas negara membuat kita selalu berinteraksi dengan budaya pelbagai bangsa. Berikut adalah beberapa cara untuk mengetahui budaya mitra bisnis dengan tujuan memperlancar hubungan dan negosiasi bisnis.

❖ AMERIKA LATIN

Fleksibilitas terhadap waktu cukup tinggi. Jangan terkejut jika mereka berusaha lebih mengakrabkan diri dengan Anda. Karena orang Amerika Latin sangat mudah akrab dengan siapa pun. Karena mereka akan cenderung memandang Anda sebagai individu dibandingkan sebagai wakil sebuah perusahaan. Menerima atau memberikan hadiah termasuk hal lumrah di negara-negara Amerika Latin.

❖ AUSTRALIA

Tepat waktu merupakan hal yang amat penting. Menerima dan memberikan hadiah merupakan hal yang tidak umum. Jaga jarak komunikasi dengan mitra bisnis Australia Anda. Jangan pernah melebihi-lebihkan informasi mengenai diri Anda dan perusahaan Anda. Hindari pembahasan mengenai masalah personal sebab privasi adalah hal penting dan dijunjung tinggi oleh mereka. Jangan bersikap terlalu agresif dalam melakukan negosiasi bisnis dan berbinis dengan mereka.

❖ I N D I A

Pada umumnya meeting selalu didahului dengan pembicaraan ringan. Topik keluarga merupakan topik yang disarankan sebab orang India amat menghargai nilai-nilai keluarga. Bagi orang India membangun kepercayaan serta hubungan baik kerap kali dianggap hal utama. Jangan memaksa dalam proses negosiasi serta jangan pernah menolak jamuan yang ditawarkan saat Anda sedang melakukan pembicaraan bisnis dengan mereka. Berhati-hatilah dalam cara memberikan kritikan dan perhatikan juga komunikasi non verbal dengan mitra bisnis India.

❖ C H I N A

Keterlambatan dalam memenuhi janji merupakan aib. Tidak ada salahnya jika Anda mempelajari bahasa mereka sebab bagi orang China hal ini menunjukkan keseriusan Anda berbisnis dengan mereka. Dahulu memberikan hadiah hal yang umum, tapi sekarang hal ini dapat saja dianggap melanggar hukum dan kebijakan perusahaan. Mereka sangat senang dengan negosiasi meskipun meliwati batas deadline asalkan hasil yang terbaik dapat dicapai. Gunakan warna emas dalam kartu nama Anda. Soalnya warna ini adalah simbol keberuntungan bagi mereka. Senantiasa perhatikan bentuk komunikasi tidak langsung yang terjadi.

❖ J E P A N G

Ketepatan waktu sangat dihargai. Orang Jepang lebih senang dihubungi secara personal. Kolektivisme lebih penting daripada individualisme. Sehingga jangan sekali-kali Anda memuji mitra bisnis Jepang Anda secara personal dalam sebuah forum. Pembicaraan bisnis biasanya dilakukan setelah pertukaran kartu nama. Gunakan kedua tangan dalam menerima serta menyerahkan kartu nama. Harap diingat agar Anda memperlakukan kartu nama mitra bisnis Jepang Anda dengan hormat, perhatikan sesaat dan jangan langsung Anda masukan ke dalam saku kemeja dan terlebih lagi ke saku belakang celana Anda !. Itu perbuatan yang amat tidak sopan. Sebab kartu nama adalah bagian dari jati diri mitra bisnis Jepang Anda dan juga perusahaan mereka. Jadi ketika Anda menerima kartu namanya ; disarankan Anda membaca, memperhatikan dan mengajukan sedikit pertanyaan yang terkait apa yang tercantum dalam kartu nama amat disarankan. Hindari konfrontasi langsung dalam pembicaraan bisnis.

Pengakuan dan minta maaf segera dan langsung, jika Anda berbuat salah akan amat dihargai. Terakhir sapa mitra bisnis Jepang Anda sebagaimana mereka menyapa Anda. Jika mereka membungkuk maka lakukanlah hal yang sama terhadap mereka.

Untuk membungkuk gaya Jepang yang baik, kempiskan perut Anda dan dengan kedua tangan pada sisi tubuh Anda ; membungkuklah dengan khidmat. Bisa jadi Anda akan berkali membungkukan diri walau dari jarak jauh sekali pun ketika berpisah dengan mitra bisnis Jepang Anda. Pastikan mitra bisnis Anda sudah hilang dari pandangan mata Anda. Saya pernah melakukan kesalahan fatal bertahun lalu soal bungkuk-membungkukan diri ini ; akibatnya saya ditegur oleh atasan saya yang juga berkebangsaan Jepang karena sang mitra bisnis Jepang protes merasa tidak diperlakukan dengan sopan oleh asistennya, yaitu diri saya. Haik!

❖ AMERIKA SERIKAT

Gunakan panggilan resmi atau titel yang ada disertai nama keluarga mereka ketika bertemu pertama kali. Kecuali mitra bisnis Amerika Serikat Anda meminta Anda memanggil namanya. Kesantunan untuk mengucapkan *please* dan *thank you* untuk hal sekecil apa pun amat dihargai. Jangan melakukan kontak fisik, orang AS amat menghargai privacy serta jarak antar individu. Jangan cepat tersinggung jika mitra bisnis AS Anda menolak pemberian hadiah. Buat mereka hadiah adalah hal yang tidak dibenarkan.

❖ R U S I A

Gunakan panggilan resmi seperti Ms, Mr atau Mrs. Formalitas amat dihargai oleh mitra bisnis Rusia Anda. Hindari bicara soal politik dan agama kecuali mitra bisnis Rusia Anda yang memulai. Siapkan diri Anda untuk negosiasi bisnis sampai hal-hal yang sekecilnya. Ketidak-mampuan Anda menyajikan pemaparan secara detail akan mengurangi kepercayaan mereka. Jika Anda tidak tahu, sampaikan apa adanya bahwa Anda tidak tahu tapi juga ungkapkan tekad Anda bahwa Anda butuh waktu untuk menjawabnya. Keterus-terangan amat dihargai. Satu dekade lalu rangkaian toast tiada henti dengan minum vodka hal lazim, tapi kini khususnya jika Anda tidak bisa minum alkohol ; sampaikan pada mereka dan mereka akan mengganti dengan minuman lain. Mitra bisnis Rusia Anda pada dasarnya amat tertutup, dingin dan menjaga

jarak ; tapi pada umumnya dalam pembicaraan personal khususnya bila terkait keluarga - mereka akan berubah menjadi personal yang hangat. Siapkan diri Anda untuk tidak hanyut dengan perubahan sikap yang bisa terjadi sewaktu-waktu dari mitra bisnis Rusia Anda yaitu saat negosiasi bisnis dan saat santai.

❖ P R A N C I S

Jika Anda punya mitra bisnis Prancis, umumnya nyaris tidak ada jarak. Mereka akan bersikap terbuka, hangat tapi tetap mengutamakan privacy. Berbisnis dengan mereka Anda harus siap untuk pelbagai kemungkinan suatu kesepakatan untuk ditinjau ulang. Sepanjang Anda mampu menyiapkan seluruh materi negosiasi secara komprehensif, Anda akan meminimalisasi hal ini. Pendekatan personal lebih berperan. Sebuah nilai plus jika Anda belajar bahasa Prancis. Cuma jangan kaget bisa-bisa waktu yang ada habis digunakan mitra bisnis Prancis Anda untuk memperbaiki gramatika dan memperbanyak kosa kata bahasa Prancis Anda. Sebab maklum orang Prancis amat bangga dengan bahasa mereka.

❖ J E R M A N

Panggilan formal amat disarankan, kecuali mitra bisnis Jerman Anda meminta Anda memanggil nama kecilnya. Sikap correct dan strict adalah warna karakter dominan orang Jerman yang mengagungkan kualitas dalam hal apa pun. Jadi Anda harus ekstra kerja keras buat mempersiapkan diri Anda untuk bernegosiasi bisnis dengan mereka. Penyajian proposal Anda harus mutlak berdasarkan angka-angka atau informasi yang sah dan akurat. Mereka tidak suka kerja yang asal-asalan apalagi berdasarkan asumsi-asumsi, mereka mau semuanya serba pasti. Jika Anda lemah dalam hal ini, masih ada satu cara afdol yaitu data angka dan informasi harus Anda tampilkan nara sumbernya. Kalau perlu guntingan kliping terkait ekonomi Indonesia misalnya yang berimbas pada harga produk Anda patut ditampilkan. Mereka senang dan menghargai jika produk Anda mempergunakan komponen produk berlisensi Jerman yang diproduksi di Indonesia. Intinya Anda boleh ngotot dengan mereka asalkan tetap fokus dan demi kualitas yang mereka agungkan. Mitra bisnis Jerman tidak akan segan meninggalkan ruang rapat jika dianggapnya Anda cuma membuang-buang waktu mereka yang berharga.

❖ TIMUR TENGAH

Panggilan formal tetap disarankan. Mitra bisnis Timur Tengah Anda cenderung hangat tapi tetap menjaga jarak. Hindari bicara soal politik kecuali mereka yang memulai. Nilai-nilai keluarga amat dijunjung dan ada baiknya jika dalam pembicaraan personal Anda menyinggung hal ini. Dalam negosiasi bisnis umumnya berjalan alot dan berpanjang-panjang. Anda dapat mengatasi hal ini jika Anda menyiapkan materi negosiasi dengan lengkap serta menyeluruh sifatnya. Persiapkan diri Anda juga untuk mengambil keputusan segera saat itu juga. Seperti harus menunjuk mitra bisnis Timur Tengah Anda sebagai satu-satunya yang menjual produk Anda. Anda harus menyiapkan diri untuk mengcounter dengan target pesanan serta soal wilayah pemasaran yang boleh mereka masuki. Ada banyak hal kejutan yang terjadi selama bernegosiasi dengan mereka tetapi sepanjang Anda siap; hal-hal tersebut tidaklah prinsipil sifatnya. Ketegangan dapat dicairkan dengan, lagi-lagi; bicara soal keluarga. Soal hadiah adalah hal lumrah terlebih jika Anda sampaikan untuk keluarga mereka. Satu dekade lalu pandangan mereka terhadap eksekutif wanita tidaklah sebaik sekarang ; jadi jangan pernah kuatir jika Anda seorang wanita. Pada dasarnya mereka amat menghargai dan menghormati wanita. Cuma satu hal mereka beranggapan eksekutif wanita lebih alot dan sulit ditundukan dalam meja perundingan.

Disamping hal-hal di atas masih ada hal lain yang sifatnya universal yaitu jabat tangan mitra bisnis Anda dengan hangat, tidak terlalu keras (sebab itu akan menyakitkan khususnya jika mitra bisnis Anda seorang wanita) tapi juga tidak terlalu lemah (sebab akan menimbulkan kesan bahwa Anda takut tertular penyakit), tatap terus mata mitra bisnis Anda dengan ketulusan, ekspresikan pandangan/pendapat Anda dengan penuh, senyum selalu dan gerak/bahasa tubuh yang intinya menghormati serta menghargai mitra bisnis baik secara personal mau pun pada perusahaanya.

Kegiatan

Buatlah kelompok yang beranggotakan 5 orang perkelompok. Selanjutnya carilah artikel yang berkaitan dengan komunikasi bisnis lintas budaya baik yang berasal dari koran, majalah, atau jurnal (3 artikel) berikutnya diskusikan !

III MENANGANI KONFLIK.

Tidak ada seorangpun manusia di dunia ini hidupnya selalu bahagia dan sempurna. Kehidupan manusia itu selalu diwarnai oleh berbagai masalah atau persoalan yang datang silih berganti, demikian pula ditempat kerja, ada saja yang membuat kita tidak nyaman dalam bekerja. Teman sekerja itu bermacam-macam sifat kepribadian nya, ada yang senang mengkritik, menyalahkan, meremehkan, atau mau menang sendiri. Apabila tidak segera diatasi maka ketidak nyamanan tersebut akan berdampak negatif terhadap pekerjaan kita. Oleh karena itu, kita harus menghindari konflik di tempat kerja. Bahkan, indikasi konflik hendaknya diubah menjadi kerja sama.

Adapun pengertian konflik adalah:

“Situasi yang terjadi ketika ada perbedaan pendapat atau perbedaan cara pandang diantara beberapa orang, kelompok atau organisasi.

Sikap saling mempertahankan diri sekurang-kurangnya diantara dua kelompok, yang memiliki tujuan dan pandangan berbeda, dalam upaya mencapai satu tujuan sehingga mereka berada dalam posisi oposisi, bukan kerjasama“

1. Jenis-jenis konflik

Menurut Dahrendorf konflik dibedakan menjadi 4 macam:

- Konflik antara atau dalam peran sosial (intrapribadi), misalnya antara peranan-peranan dalam keluarga atau profesi (konflik peran (role)).
- Konflik antara kelompok-kelompok sosial (antarkeluarga, antargank).
- Konflik kelompok terorganisir dan tidak terorganisir (polisi melawan massa).
- Konflik antarsatuan nasional (kampanye, perang saudara).

2. Akibat konflik

Hasil dari sebuah konflik adalah sebagai berikut:

- Meningkatkan solidaritas sesama anggota kelompok (*ingroup*) yang mengalami konflik dengan kelompok lain.
- Keretakan hubungan antarkelompok yang bertikai.
Perubahan kepribadian pada individu, misalnya timbulnya rasa dendam, benci, saling curiga dll.
- Kerusakan harta benda dan hilangnya jiwa manusia.
Dominasi bahkan penaklukan salah satu pihak yang terlibat dalam konflik.

A. Mengidentifikasi situasi konflik

Konflik di tempat kerja sering kali tidak bisa dihindari. Ada banyak hal yang bisa menyulut terjadinya konflik. Untuk mengatasi atau menghindari konflik, kita perlu terlebih dahulu melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor penyebabnya.

1. Perbedaan kepribadian.

Langkah pertama yang perlu dilakukan dalam mengatasi konflik adalah mengidentifikasi orang-orang yang menyebabkan konflik tersebut menjadi kerja sama yang menguntungkan. Rekan sekerja yang senang memperhatikan detail, akan menghadapi kesulitan bila menghadapi rekan lainnya yang memiliki kepribadian berlawanan. Tipe "detail" ini cenderung mencari-cari kesalahan, dan memaksakan kehendaknya pada orang lain. Ia merasa bahwa caranyalah yang terbaik untuk dilakukan. Orang-orang seperti ini menurut Caviola dan Lavender termasuk dalam kategori kepribadian *obsessive-compulsive*.

2. Perbedaan cara pandang.

Seringkali konflik terjadi karena adanya perbedaan cara pandang. Perbedaan tujuan dan kepentingan. Konflik juga dapat terjadi karena adanya perbedaan tujuan dan kepentingan, seperti perbedaan antara tujuan individu dalam tim dengan tujuan tim atau perusahaan itu sendiri. Seorang yang bertujuan memenuhi target jangka pendek dengan melakukan berbagai cara untuk mencapainya, misalnya, mengurangi biaya dengan mengurangi kualitas. Orang seperti ini akan mendapat masalah jika bekerja sama dengan rekannya yang mendahulukan pencapaian tujuan perusahaan.

3. Perbedaan pemahaman.

Konflik dapat terjadi karena miskomunikasi yang menimbulkan perbedaan pemahaman. Hal ini terjadi karena penjelasan yang didengar atau fakta yang dikumpulkan kurang lengkap atau kurang akurat.

B. Menerapkan cara penanganan konflik

Apabila kita menghadapi konflik, maka sebaiknya kita pertama-tama mengetahui eksistensinya dan kemudian mengidentifikasi orang-orang yang berhubungan dengannya. Selidikilah pemikiran pihak lain guna mendapat kepastian siapa mereka itu. Usahakanlah untuk tidak menggunakan julukan-julukan yang ditujukan secara pribadi. Pendekatan dalam resolusi konflik tergantung pada:

- Konflik itu sendiri
- Karakteristik orang-orang yang terlibat di dalamnya
- Keahlian individu yang terlibat dalam penyelesaian konflik
- Pentingnya isu yang menimbulkan konflik
- Ketersediaan waktu dan tenaga

Gambar berikut menunjukkan suatu kontinum konflik.

Menang atau kalah	Berada diantaranya	Melakukan kompromis
Berpegang teguh pada pendirian.	Struktur organisasi berubah.	Doronglah pula interaksi.
Tindakan tujuan-tujuan sendiri.	Manfaatkanlah interdependensi pekerjaan-pekerjaan.	Carilah pemecahan dan janganlah menekan pihak lain.
Salahkan pihak lain, atas kegagalan atau kesulitan.	Praktekanlah usaha menghindari.	Pandanglah situasi dan problem secara luas.
Usahakan untuk mencapai keuntungan khusus untuk saudara sendiri.	Ubahlah susunan dan isi pekerjaan.	Berilah kepercayaan kepada pihak lain.
Ancamlah dan makilah pihak lain.	Terapkanlah latihan skill antar perorangan.	Janganlah mengambil posisi inisil.

Kita dapat mengasumsi sesuatu kemenangan, suatu kekalahan, atau sesuatu kompromis atau sebuah profil antara seperti diperlihatkan oleh judul-judul kolom gambar di atas. Apa yang diasumsi terutama akan tergantung pada kepribadian orang yang dijadikan pusat perhatian dan ciri-ciri hubungan-hubungan antar perorangan.

Berikut ini cara-cara mengatasi konflik yang diusulkan oleh beberapa pakar dalam buku-buku yang mereka tulis.

- Hindari sumber konflik.
- Netralisasi sikap.
- Ubah sikap kita.

Blending

Yaitu cara untuk mengurangi perbedaan yang ada, mencari persamaan, dan berangkat dari persamaan tersebut.

Understanding

Yaitu mencari sumber masalahnya untuk kemudian memecahkan masalah tersebut secara bersama-sama. Jadi jika menghadapi konflik, yang pertama kali harus dilakukan adalah mengidentifikasi sumber penyebab konflik, kemudian memilih strategi yang tepat untuk mengatasi konflik tersebut, sehingga kita dapat mengubah konflik menjadi kerja sama yang baik.

C. Menanggapi Keluhan Pelanggan

Menanggapi keluhan pelanggan merupakan salah satu prinsip pelayanan prima yang harus diperhatikan, karena dampak dari keluhan pelanggan yang tidak segera diatasi akan menimbulkan citra buruk bagi perusahaan dan perusahaan akan kehilangan pelanggan. Pada dasarnya pelanggan hanya menginginkan perusahaan cepat tanggap serta menunjukkan perhatiannya terhadap ketidakpuasannya, misalnya jika pelanggan merasa barang yang diterimanya terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan yang dipesan (jumlahnya kurang, barang tidak sesuai dengan contoh/monster, barang cacat / rusak), maka pembeli / pelanggan akan mengajukan tuntutan dan keluhan-keluhan.

Menghadapi keluhan semacam ini penjual harus bijaksana, karena kalau salah dalam menangani akan berakibat fatal.

Karena kita tahu bahwa pembeli itu dapat merupakan media promosi yang paling jitu. Jika pembeli merasa tidak puas mereka akan menyebarkan yang jelek-jelek tentang perusahaan / toko kita, dengan demikian perusahaan diambang kehancuran. Oleh karena itu, dalam menghadapi tuntutan semacam ini harus hati-hati. Kita perlu memeriksa lagi apa betul jumlahnya kurang, apa betul barang tidak sesuai dengan contoh dan sebagainya. Demikian juga jika barang cacat/ rusak, harus kita periksa lagi apa betul rusak atau cacatnya itu dari kita atau dalam pengangkutan atau karena sebab-sebab lain. Setelah semuanya jelas baru kita menanganinya.

Bila ternyata memang pengiriman kita kurang, harus kita lengkapi kekurangannya. Jika cacat atau rusaknya berasal dari perusahaan, maka perusahaan yang harus menggantinya. Tetapi bila cacat / rusaknya dalam perjalanan maka perusahaan pengangkutan yang mengganti.

Dengan penanganan yang baik akhirnya semua akan merasa puas.

IV. MENGIKUTI PROSEDUR KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA.

K3 atau Kesehatan dan Keselamatan Kerja adalah suatu sistem program yang dibuat bagi pekerja maupun pengusaha sebagai upaya pencegahan (preventif) timbulnya kecelakaan kerja dan penyakit akibat hubungan kerja dalam lingkungan kerja dengan cara mengenali hal-hal yang berpotensi menimbulkan kecelakaan kerja dan penyakit akibat hubungan kerja, dan tindakan antisipatif bila terjadi hal demikian.

Tujuan dari dibuatnya sistem ini adalah untuk mengurangi biaya perusahaan apabila timbul kecelakaan kerja dan penyakit akibat hubungan kerja. Namun patut disayangkan tidak semua perusahaan memahami arti pentingnya K3 dan bagaimana mengimplementasikannya dalam lingkungan perusahaan.

❖ Tujuan Kesehatan dan Keselamatan Kerja K3

Tujuan Pemerintah membuat aturan K3 dapat dilihat pada Pasal 3 Ayat 1 UU No. 1 Tahun 1970 tentang keselamatan kerja, yaitu:

- mencegah dan mengurangi kecelakaan;
- mencegah, mengurangi dan memadamkan kebakaran;
- mencegah dan mengurangi bahaya peledakan;
- memberi kesempatan atau jalan menyelamatkan diri pada waktu kebakaran atau kejadian-kejadian lain yang berbahaya;
- memberikan pertolongan pada kecelakaan;
- memberi alat-alat perlindungan diri pada para pekerja;
- mencegah dan mengendalikan timbul atau menyebarnya suhu, kelembaban, debu, kotoran, asap, uap, gas, hembusan angin, cuaca, sinar atau radiasi, suara dan getaran;
- mencegah dan mengendalikan timbulnya penyakit akibat kerja, baik fisik maupun psikhis, peracunan, infeksi dan penularan;
- memperoleh penerangan yang cukup dan sesuai;
- menyelenggarakan suhu dan lembab udara yang baik;
- menyelenggarakan penyegaran udara yang cukup;
- memelihara kebersihan, kesehatan dan ketertiban;
- memperoleh keserasian antara tenaga kerja, alat kerja, lingkungan, cara dan proses kerjanya;
- mengamankan dan memperlancar pengangkutan orang, binatang, tanaman atau batang;

- mengamankan dan memelihara segala jenis bangunan;
- mengamankan dan memperlancar pekerjaan bongkar-muat, perlakuan dan penyimpanan barang;
- mencegah terkena aliran listrik yang berbahaya;
- menyesuaikan dan menyempurnakan pengamanan pada pekerjaan yang berbahaya kecelakaannya menjadi bertambah tinggi.

Dari tujuan pemerintah tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dibuatnya aturan penyelenggaraan K3 pada hakekatnya adalah pembuatan syarat-syarat keselamatan kerja dalam perencanaan, pembuatan, pengangkutan, peredaran, perdagangan, pemasangan, pemakaian, penggunaan, pemeliharaan peralatan dalam bekerja serta pengaturan dalam penyimpanan bahan, barang, produk teknis dan aparat produksi yang mengandung dan dapat menimbulkan bahaya kecelakaan. Sehingga potensi bahaya kecelakaan kerja tersebut dapat dieliminir

❖ **Dasar Hukum Penerapan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) dalam perusahaan**

Penerapan K3 itu didalam perusahaan bersumber pada hukum sebagai berikut:

- UU No. 1 tahun 1970 tentang Keselamatan Kerja.
- UU No. 3 tahun 1992 tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja.
- PP No. 14 tahun 1993 tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja.
- Keppres No. 22 tahun 1993 tentang Penyakit yang Timbul karena Hubungan Kerja.
- Permenaker No. Per-05/MEN/1993 tentang Petunjuk Teknis Pendaftaran Kepesertaan, Pembayaran Iuran, Pembayaran Santunan, dan Pelayanan Jaminan Sosial Tenaga Kerja.

Sebagai perwujudan program Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) yang ditujukan sebagai program perlindungan khusus bagi tenaga kerja, maka dibuatlah Jaminan Sosial Tenaga Kerja, yaitu suatu program perlindungan bagi tenaga kerja dalam bentuk santunan berupa uang sebagai pengganti sebagian dari penghasilan yang hilang atau berkurang dan pelayanan sebagai akibat peristiwa atau keadaan yang dialami oleh tenaga kerja berupa kecelakaan kerja, sakit, hamil, bersalin, hari tua dan meninggal

Program jamsostek lahir dan diadakan dan selanjutnya dilegitimasi dalam UU No. 3 Tahun 1992 tentang Jamsostek sebagai pengakuan atas setiap tenaga kerja berhak atas jaminan sosial tenaga kerja. Sedangkan ruang lingkup program jaminan sosial tenaga kerja dalam Undang-undang ini meliputi:

- Jaminan Kecelakaan Kerja;
- Jaminan Kematian;
- Jaminan Hari Tua;
- Jaminan Pemeliharaan Kesehatan.

Program Jamsostek sebagai pengejawantahan dari program K3 diwajibkan berdasarkan Pasal 2 Ayat 3 PP No. 14 Tahun 1993 bagi setiap perusahaan, yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- Perusahaan yang mempekerjakan tenaga kerja 10 orang atau lebih;
- Perusahaan yang membayar upah paling sedikit Rp 1.000.000,- (satu juta rupiah) per bulan (walaupun kenyataannya tenaga kerjanya kurang dari 10 orang).

Adapun akibat yang muncul atas kecelakaan kerja atau penyakit yang ditimbulkan oleh hubungan kerja dapat berupa:

- tidak mampu bekerja untuk sementara
- cacat sebagian untuk selama-lamanya
- cacat total untuk selama-lamanya
- cacat kekurangan fungsi organ
- meninggal dunia.

Akibat lain yang berdampak pada pengusaha karena pekerjanya terjangkit penyakit-penyakit yang telah disebutkan diatas, dapat mempengaruhi kinerja dan produktivitas perusahaan, sehingga keuntungan perusahaan menjadi berkurang. Ini adalah bukti adanya korelasi perlindungan K3 dengan efektivitas dan efisiensi perusahaan.

❖ **Keamanan, keselamatan dan kesehatan kerja sesuai K3 di tempat kerja**

Pelaksanaan program keselamatan dan kesehatan kerja di tempat kerja tidak terlepas dari kualitas SDM yang akan berperan menjadi pengelola dan pelaksana kegiatan-kegiatan K3 yang dilaksanakan perusahaan. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya peningkatan dan pengembangan pengetahuan, kemampuan serta keterampilan SDM dalam mengelola K3. Selain itu perusahaan wajib mematuhi peraturan dan perundangan di bidang K3 yang harus disosialisasikan kepada seluruh karyawan dalam hal meningkatkan kesadaran dan pengetahuannya tentang K3. Sehingga dapat diterapkan dalam menjalankan tugasnya masing-masing. Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan pelatihan tentang K3 bagi seluruh karyawan.

Pelatihan dapat meningkatkan kepedulian terhadap aspek K3 bagi masing-masing karyawan serta mengimplementasikannya dalam menjalankan tugas di tempat kerja masing-masing.

A. Prosedur Keamanan keselamatan dan kesehatan kerja

Banyak perusahaan masih menyepelekan prosedur Keamanan, kesehatan dan Keselamatan Kerja. Padahal, posisi tubuh (ergonomi) dan letak alat bantu kerja di kantor begitu erat kaitannya dengan produktivitas kerja.

Jika mendengar kata ini Keamanan, kesehatan dan Keselamatan Kerja biasanya yang langsung terbayang adalah alat lindung diri dalam proyek seperti: helm, sepatu proyek, sarung tangan, tali pengaman, atau baju tahan api. Ternyata, Keamanan, kesehatan dan Keselamatan Kerja bukan sekadar soal keselamatan kerja, tetapi juga kesehatan kerja.

Prosedur keselamatan kerja sebetulnya harus diterapkan di seluruh perusahaan, tanpa memandang jenis industri. Perusahaan yang berisiko rendah pun harus ikut standar Keamanan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja khususnya office safety atau Keamanan, kesehatan dan Keselamatan Kerja di kantor.

Terjadinya kecelakaan kerja tentu saja menjadikan masalah yang besar bagi kelangsungan sebuah perusahaan. Kerugian yang diderita tidak hanya berupa kerugian materi yang cukup besar namun lebih dari itu adalah timbulnya korban jiwa yang tidak sedikit jumlahnya. Kehilangan sumber daya manusia ini merupakan kerugian yang sangat besar karena manusia adalah satu-satunya sumber daya yang tidak dapat digantikan oleh teknologi apapun.

Kerugian yang langsung yang nampak dari timbulnya kecelakaan kerja adalah biaya pengobatan dan kompensasi kecelakaan. Sedangkan biaya tak langsung yang tidak nampak ialah kerusakan alat-alat produksi, penataan manajemen keselamatan yang lebih baik, penghentian alat produksi, dan hilangnya waktu kerja.

B. Menghadapi situasi darurat keamanan,keselamatan,dan kesehatan kerja.

Orang atau pekerja sering melakukan lingkungan yang tidak aman terutama disebabkan oleh: karena pegawai tersebut merasa telah ahli dibidangnya dan belum pernah mengalami kecelakaan, walaupun melakukan unsafe behavior. Ia berpendapat bahwa bila selama ini bekerja dengan cara ini (unsafe) tidak terjadi apa-apa, mengapa harus berubah.

Lingkungan yang tidak aman juga sering dipicu oleh adanya pengawas atau manager yang tidak peduli dengan safety. Para manager ini secara langsung atau tidak langsung memotivasi para pekerja untuk mengambil jalan pintas, mengabaikan bahwa perilakunya berbahaya demi kepentingan produksi.

1 Upaya yang biasa dilakukan untuk mengurangi lingkungan yang tidak aman / berbahaya

Lingkungan yang tidak aman dapat diminimalisasi dengan melakukan beberapa cara. Yaitu:

- Menghilangkan bahaya ditempat kerja dengan merekayasa faktor bahaya atau mengenalkan kontrol fisik. Cara ini dilakukan untuk mengurangi potensi terjadinya lingkungan yang tidak aman, namun tidak selalu berhasil karena pegawai mempunyai kapasitas untuk berperilaku tidak aman dan mengatasi pengawasan yang ada.
- Mengubah sikap pegawai agar lebih peduli dengan keselamatan dirinya. Cara ini didasarkan atas asumsi bahwa perubahan sikap akan mengubah perilaku. Berbagai upaya yang dapat dilakukan adalah melalui kampanye dan *safety training* (latihan keselamatan kerja). Pendekatan ini tidak selalu berhasil karena ternyata perubahan sikap tidak diikuti dengan perubahan perilaku. Sikap sering merupakan apa yang seharusnya dilakukan bukan apa yang sebenarnya dilakukan.

Dengan memberikan *punishment* atau hukuman terhadap pelaku yang menyebabkan terbentuknya lingkungan yang tidak aman. Cara ini tidak selalu berhasil karena pemberian *punishment* terhadap perilaku tidak aman harus dilakukan secara tetap atau konsisten dan segera setelah muncul, hal inilah yang sulit dilakukan karena tidak semua lingkungan yang tidak aman dapat terpantau secara langsung

Dengan memberikan *reward* atau penghargaan terhadap mereka yang dapat menciptakan *safety behavior* (lingkungan yang aman). Cara ini sulit dilakukan karena reward minimal harus setara dengan apa yang didapat dari perilaku tidak aman

2. Memilih dan menyiapkan peralatan sesuai dengan prosedur Keamanan, kesehatan dan Keselamatan Kerja

Tidak ada satu organisasipun yang dalam kegiatan untuk mencapai tujuannya tidak menggunakan peralatan kantor. Dalam hal ini peralatan

kantor berfungsi untuk membantu pelaksanaan pekerjaan kantor. Walaupun organisasi memiliki sumber daya manusia yang berkualitas tinggi namun tanpa adanya sumber daya lainnya, seperti alat atau material lainnya, tidak mungkin organisasi tersebut dapat mencapai tujuannya secara optimal.

Pada umumnya peralatan kantor yang ada dan dioperasikan dalam suatu organisasi, perusahaan atau kantor bermacam-macam, bentuknya antara lain berupa alat tulis kantor, perabot kantor dan mesin-mesin kantor. Pemakaian teknologi yang modern di lingkungan perkantoran baik untuk penanganan administrasi, keuangan dan bidang pekerjaan lainnya bertujuan meningkatkan kinerja perusahaan dan menambah daya saing dalam memasuki era global dan memenangkan kompetisi atau persaingan antar perusahaan yang semakin ketat.

Dalam memilih peralatan kantor untuk membantu pelaksanaan pekerjaan tidak boleh terpaku pada pemilihan alat yang berteknologi tinggi saja tetapi juga harus memperhatikan keamanan, kesehatan dan keselamatan kerja bagi pegawai yang menggunakannya.

Apabila saat mengetik seorang karyawan harus mendongak untuk menatap monitor, itu berarti perusahaan belum memperhatikan keamanan, kesehatan dan keselamatan kerja. Jika karyawan sering mengeluh suhu udara kantor terlalu dingin atau panas, atau jika di bawah meja karyawan banyak terjulur kabel listrik, internet, dan telepon, itu berarti perusahaan masih mengabaikan Keamanan, kesehatan dan Keselamatan Kerja. Apabila kantor tak memiliki tangga darurat dan pemadam kebakaran, itu sama halnya perusahaan mempertaruhkan nyawa karyawan.

Inilah "Musuh" yang banyak dijumpai di Kantor yang dapat menyebabkan lingkungan kerja tidak aman:

- Posisi tubuh (ergonomi) yang salah ketika melakukan pekerjaan.
- Gerakan berulang (repetitive motion).
- Pencahayaan yang terlalu terang/gelap.
- Mouse dan keyboard yang sulit dijangkau tangan.
- Kabel listrik, telepon, internet yang terjuntai ke lantai.
- AC yang terlalu dingin atau malah tidak berfungsi (panas).
- Alat-alat listrik yang tidak berfungsi sempurna.
- Furnitur kantor yang menyusahkan pekerjaan

3. Menjaga daerah kerja sesuai dengan norma higienis, keamanan serta peraturan mengenai lingkungan

Yang dimaksud dengan daerah kerja adalah area atau ruangan kantor tempat pegawai atau karyawan kantor melakukan aktivitas pekerjaan. Seperti diketahui bersama bahwa daerah perkantoran khususnya di Jakarta berada di gedung bertingkat yang luasnya kadangkala terbatas seperti kotak kecil. Belum lagi rasio atau perbandingan luas ruang dengan jumlah pegawai yang menempatinya menjadi masalah tersendiri.

4. Memelihara dan menggunakan peralatan sesuai dengan persyaratan kesehatan dan keselamatan kerja

Setiap jenis pekerjaan senantiasa terkait dengan penggunaan alat-alat, bahan-bahan serta kondisi tertentu.

Penggunaan alat-alat kerja haruslah selalu memperhatikan beberapa hal, antara lain:

- Penggunaan alat harus sesuai dengan petunjuk penggunaannya.
- Penggunaan alat harus disesuaikan dengan daya atau kemampuan kerja alat tersebut.
- Setiap pegawai yang menggunakan alat, telah memiliki keahlian dan ketrampilan dalam mengoperasikannya.
- Setiap pegawai telah mengetahui kelebihan dan kelemahan dan bahaya yang mungkin timbul sebagai akibat dari alat kerja yang digunakan.
- Pada waktu tertentu, alat-alat kerja perlu diservis, direparasi dan diganti komponen-komponennya.
- Untuk lebih jelasnya berikut ini akan disajikan bagaimana memelihara dan peralatan sesuai dan penggunaan peralatan dengan persyaratan kesehatan dan keselamatan kerja.

a. Mesin Fotokopi

Banyak kantor yang menempatkan mesin fotokopi dalam ruangan bersama-sama dengan penghuni atau pekerja lainnya. Padahal, dalam kegiatan perfotokopian itu, terpancar bahaya ultraviolet (UV) yang dapat menimbulkan terbentuknya ozon dalam ruangan.

Seperti diketahui, ozon ini dapat menimbulkan iritasi mata, tenggorokan, dan lebih jauh lagi bila terhirup oleh manusia, ozon merupakan radikal bebas yang diduga berkaitan dengan penyakit kanker.

Selain oleh mesin fotokopi, cahaya UV bisa juga diproduksi oleh monitor komputer. Limbah mesin fotokopi yang lain selain ozon adalah toner tinta dan serbuk halus kertasnya. Perhatikan apa yang dilakukan operator mesin fotokopi jika ada kertas yang tersangkut di tengah mesin dan pada saat membersihkan toner tintanya

b. Komputer

Bekerja di depan komputer dalam waktu lama sering membuat mata sakit, berair, sakit kepala, sampai badan pegal-pegal. Ada beberapa tips agar Anda nyaman bekerja di depan komputer.



Jarak minimum antara mata dan layar komputer adalah 45 cm, letakkan keyboard dalam posisi yang tepat, yang tidak membuat Anda membungkuk akibat lama memakai komputer.

Layar monitor sebaiknya sejajar dengan mata. Jangan menggunakan lampu tidur atau lampu baca untuk menyinari ruangan tempat kerja, Jika bekerja, gunakan lampu pijar yang dapat menerangi ruangan dengan rata.

Pasanglah filter di depan layar monitor untuk mencegah efek radiasi. Sesekali, alihkan pandangan Anda dari layar monitor agar mata Anda tidak lelah.

Jika Anda sudah di depan komputer selama satu jam, istirahatlah 15 menit. Ini mencegah rasa pegal pada tubuh Anda. Posisikan kaki Anda se nyaman mungkin, dengan meluruskan kaki agar tidak pegal. Sesekali berdirilah untuk meluruskan punggung Anda.

Duduklah dalam posisi tegak untuk menghindari tulang punggung Anda membungkuk.

c. Posisi lampu

Sesuai dengan namanya, fungsi lampu adalah untuk menerangi ruangan. Selain juga memberikan nuansa dekoratif. Untuk fungsi dekoratif, lantas perlu memilih lampu yang selaras dengan desain interior. Namun sebagai sarana penerang, lampu tentu saja harus terang.

Apa pun bentuknya, pilihlah lampu yang cahayanya cukup terang untuk menerangi huruf-huruf tulisan. Selain itu juga tidak bikin mata silau dan pedih. Untuk ruang kerja, lazimnya digunakan lampu neon. Untuk mengurangi ketajaman sinar yang memedihkan mata, perlu lampu tambahan. Manfaat lainnya, cahaya lampu utama bisa tersebar. Sementara menempatkan lampu tak langsung yang tidak terlalu terang akan mengurangi ketegangan mata.

Selain kriteria terang, tata letak lampu mesti diperhatikan. Lampu penerang sebuah gedung perkantoran biasanya sudah terpasang permanen. Kalau demikian adanya, yang mesti dilakukan ya mengatur posisi meja kerja.

Posisi meja kerja mestinya tidak berada persis di bawah titik lampu. Kenapa? Karena sinar lampu dari atas langit-langit tepat di atas meja kerja menimbulkan bayangan pada halaman buku, koran atau majalah yang tengah dibaca. Jadi posisi lampu demikian tidak tepat untuk membaca. Posisi lampu hendaknya di belakang agak ke samping, untuk menghindari timbul bayangan pada halaman buku yang dibaca.

d. Posisi AC

Tata letak AC dalam ruang kantor umumnya sudah menetap. Kalau penghuni kantor ingin memilih posisi meja kerja yang tak langsung tersensor angin AC, harus mengatur diri. Apalagi bagi yang tak tahan AC, salah-salah justru bisa bikin badan meriang. Untuk kesehatan, usahakan suhu di dalam ruangan yang ditempati berkisar antara 22 - 25 derajat Celsius. Selain itu, ruangan pun memiliki kelambaban yang cukup ideal, di atas 40 persen.

e. Perabot kantor

Meski enak digunakan, konsep ergonomik untuk mebel kantor pun disesuaikan dengan suasana kerja yang memang harus dilakukan orang di tempat itu. Kursi untuk bekerja dengan konsep ergonomik adalah bentuk mebel yang bisa menopang punggung, pantat, sampai kemiringan tubuh

sedemikian rupa setiap kali tubuh kita perlu bergerak untuk menunjang kerja. Konsep ergonomik tak hanya digunakan untuk kursi, tetapi juga pada meja. Belakangan ini semakin berkembang bentuk meja kerja yang tidak sekadar empat persegi panjang, namun dihitung benar kemiringan dan kebulatannya sesuai dengan kebutuhan pekerjaan pemakainya. Pemilihan interior kantor yang tidak mempertimbangkan konsep ergonomik, bisa mempengaruhi produktivitas kerja seseorang. Alasannya, interior tanpa konsep ergonomik akan membuat pemakainya merasa cepat lelah. Oleh karena itulah penting dipertimbangkan gerakan apa saja yang banyak dilakukan karyawan, sebelum memutuskan memilih interior ruang kerjanya.

5. Mempertimbangkan penampilan pribadi terhadap kemungkinan timbulnya permasalahan di lingkungan kerja

a. Pentingnya kesehatan pribadi

Kesehatan yang cukup baik akan mempengaruhi, akan membangkitkan gairah atau semangat kerja yang tinggi.

Segi-segi yang perlu diperhatikan dalam hubungannya dengan kesehatan adalah :

- Istirahat yang cukup
- Gizi yang cukup
- Energi yang cukup
- Tidak mudah sakit
- Tidak gugup

Dapat dikatakan bahwa setiap kantor atau setiap perusahaan yang mengadakan requirement pegawai syarat kesehatan menjadi salah satu yang harus dipenuhi oleh setiap calon pegawai/pelamar. Bahkan untuk kantor-kantor atau perusahaan-perusahaan yang cukup besar dan maju, pada saat-saat tertentu diadakan pemeriksaan terhadap para pegawainya. Pemeriksaan yang demikian dilakukan secara continue misalnya sekali setahun. Apalagi dalam dunia business masalah kesehatan para pegawai memegang peranan penting terhadap produktivitas. Banyak pegawai yang sakit selain menambah biaya pengobatan, besar pengaruhnya terhadap produktivitas, baik kualitas maupun kuantitas.

C. Menjaga standar penampilan pribadi sesuai dengan prosedur keamanan keselamatan dan kesehatan kerja.

Kantor adalah suatu tempat dimana semua pegawai atau karyawan dengan segala jenjang jabatan bertemu, bergaul dan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas dan wewenangnya.

Dalam bergaul dengan banyak orang, kita pasti akan menemukan orang-orang dengan berbagai macam karakter dan kepribadian. Bisa saja, orang terlihat menarik tapi semakin lama berteman, ternyata orang tersebut memiliki perilaku buruk. Dalam kondisi seperti itu, yang harus kita lakukan adalah pandai-pandai mengontrol diri dan tidak ikut terbawa pengaruh buruk. Biasanya, jika kita sudah memiliki cara pandang positif, kita juga mampu mengontrol diri. Mampu menjaga jarak, tetap saling menyapa, tapi tidak antipati dan memusuhi. Sehingga, di mata orang tersebut, kita tetap memiliki pribadi yang menarik.

Memiliki pribadi yang menarik, dalam pekerjaan juga harus selalu ditunjukkan selalu ringan tangan membantu teman untuk menyelesaikan pekerjaannya meskipun itu bukan tugas kita. Miliki pula *sense of responsibility* yang tinggi.

Faktor-faktor yang menunjang kepribadian positif adalah

1. Behaviour, yaitu tingkah laku/ tindakan seseorang yang dapat dilihat dan diamati oleh orang lain, didasari atas etiket dan sopan santun.
2. Brain, yaitu cara pandang/ cara berpikir seseorang terhadap sesuatu hal yang mempengaruhi sikap dan wawasan, berdasarkan intelegensi.
3. Sense of spiritual, yaitu rasa keagamaan yang menyangkut rasa keimanan/ kepercayaan serta rasa kepedulian sosial seseorang yang dipengaruhi oleh kecerdasan spiritual.

Dengan memandang segala sesuatu secara positif maka akan terbiasa untuk melakukan pelayanan secara tulus dan ikhlas, yang pada akhirnya mengkondisikan diri pada Pelayanan prima sebagai suatu bentuk pelayanan yang bertujuan untuk memuaskan masyarakat. Tidak ada lagi rasa curiga maupun rasa was-was diantara dua pihak. Melalui semangat keterbukaan dan transparansi pada akhirnya akan mendorong tercapainya *good governance* yang menjadi cita-cita bangsa negara.

Manajemen perubahan adalah rangkaian selanjutnya, diharapkan perubahan-perubahan yang terjadi sebagai hasil pembelajaran dan pencerahan dapat dikelola sedemikian rupa demi kemaslahatan bersama. Yang baik tetap dipertahankan sedang yang tidak baik harus ditinggalkan.

Cara Berpakaian yang sesuai dengan lingkungan kerja

Seseorang mengenal orang lain untuk yang pertama kali biasanya melalui pandangan mata. Beberapa lama kemudian lebih mengenal lagi melalui suara, gerakan, intelektualnya dan selanjutnya kecerdasan emosionalnya. Melalui pandangan mata seseorang sudah dapat memberi kesimpulan awal terutama dari cara berpakaian bahwa orang tersebut tampak santai, rapi, modis, patuh pada ajaran agama, atletis dan masih banyak kesan yang lain pegawai atau karyawan di kantor hendaknya tampil rapi, berwibawa, tegas.



Oleh karenanya seorang pegawai atau karyawan sedikitnya memiliki ciri penampilan sebagai berikut:

- Corak dan warna pakaian sesuai dengan umur dan warna kulit;
 - Model sesuai dengan usia;
 - Waktu pemakaian sesuai;
 - Tempat sesuai;
 - Kombinasi pakaian secara keseluruhan dan pelengkap pakaiannya sesuai
- Selain dari sudut penampilan;

a. Pakaian Sehat dan Aman

Agar penampilan terlihat rapi dan baik kita memerlukan pakaian yang baik dalam arti enak dipandang serta sesuai dengan ukuran badan. Jika pakaian kurang baik dan tidak nyaman di badan bisa menimbulkan berbagai penyakit. Antara lain timbul biang keringat, merupakan sekumpulan bintik di kulit yang terasa gatal di badan. Penyakit ini biasanya timbul pada musim kemarau, saat aktivitas meningkat.

Proses mencuci pakaian pun harus diperhatikan, jangan sampai detergen masih melekat pada pakaian, proses pencucian, pembilasan, hingga pengeringan pakaian sangat penting untuk diperhatikan demi kesehatan.

Tak ada artinya pakaian dengan desain mahal dan bagus, jika tak nyaman dipakai. Karenanya proses pembilasan harus lebih diperhatikan, karena jika sisa detergen masih menempel pada pakaian bisa mengakibatkan penyakit kulit dan iritasi.

Penggunaan pelembut sangat disarankan, tetapi jangan sampai berlebihan, sesuaikan dengan kebutuhan. Pelembut pakaian harus mengandung bahan yang bisa melindungi serat pakaian agar lembut serta menimbulkan aroma yang harum pada pakaiannya.

b. Agar Pakaian Tak Menimbulkan Bau

Pakaian yang disimpan terlalu lama akan menimbulkan bau yang kurang sedap. Jika aroma bau sudah muncul, cara yang baik dan cepat agar baunya hilang adalah segera mencucinya dengan baik.

Penyebab bau pada pakaian yang disimpan terlalu lama adalah jamur. "Makhluk" ini sangat mudah tumbuh di tempat yang lembab. Apalagi jika pakaian diletakkan atau disimpan di tempat yang jarang dibuka, dan dibersihkan. Apalagi bahan tempat menyimpan pakaian terbuat dari plastik.

Hal yang harus diperhatikan agar pakaian yang disimpan terhindar dari bau adalah:

- Cuci bersih pakaian. Pastikan pakaian dalam keadaan kering sebelum disimpan. Simpan pakaian di tempat yang perpori-pori, misalnya lemari pakaian yang terbuat dari kayu. Jika akan dibungkus plastik, berikan pori-pori pada plastiknya agar udara dapat masuk, sehingga pakaian tidak akan lembab.
- Jangan menyimpan pakaian bekas dipakai. Noda dan keringat pada pakaian bisa mengundang ngengat baju atau mikroorganisme lainnya sehingga pakaian akan berlubang. Letakkan pakaian di tempat yang mempunyai tingkat kelembaban yang rendah.

c. Penampilan yang mendukung kesehatan dan keselamatan di tempat kerja

Seperti telah diuraikan dimuka bahwa di tempat kerja sering terjadi kecelakaan kerja baik yang disengaja maupun tidak disengaja oleh pegawai.

Kecelakaan kerja tidak saja menimbulkan korban jiwa maupun kerugian materi bagi pekerja dan pengusaha, tetapi juga dapat mengganggu proses produksi secara menyeluruh, merusak lingkungan yang pada akhirnya akan berdampak pada masyarakat luas.

Sebagai faktor penyebab, sering terjadi karena kurangnya kesadaran pekerja dan kualitas serta keterampilan pekerja yang kurang memadai. Banyak pekerja yang meremehkan risiko kerja, sehingga tidak menggunakan alat-alat pengaman walaupun sudah tersedia.

Pola kerja yang berubah-ubah dapat pula menyebabkan kelelahan yang meningkat, akibat terjadinya perubahan pada bioritmik (irama tubuh). Faktor lain yang turut memperberat beban kerja antara lain tingkat gaji dan jaminan sosial bagi pekerja yang masih relatif rendah, yang berdampak pekerja terpaksa melakukan kerja tambahan secara berlebihan. Beban psikis ini dalam jangka waktu lama dapat menimbulkan stres.

Lingkungan kerja bila tidak memenuhi persyaratan dapat mempengaruhi kesehatan kerja dapat menimbulkan Kecelakaan Kerja (*Occupational Accident*), Penyakit Akibat Kerja dan Penyakit Akibat Hubungan Kerja (*Occupational Disease & Work Related Diseases*).

Selain itu cara berpakaian yang baik harus diperhatikan agar tidak mengganggu cara kerja dan gerakan ditempat kerja. Aturan mengenai cara berpakaian yang sesuai dengan tempat kerja dan menunjang keselamatan kerja antara lain:

1. Gunakan uniform atau seragam sesuai ketentuan perusahaan
Jika tidak ada seragam kenakan pakaian yang sopan dan sesuai dengan jenis pekerjaan,
2. Kenakan alat pelindung kerja sesuai dengan jenis pekerjaan, misalnya masker, helmet, sepatu berhak pendek.

d. Penyebab kecelakaan kerja dapat dibagi dalam kelompok

1. Kondisi berbahaya (*unsafe condition*), yaitu yang tidak aman dari:
 - Mesin, peralatan, bahan dan lain-lain
 - Lingkungan kerja
 - Proses kerja
 - Sifat pekerjaan
 - Cara kerja

2. Perbuatan berbahaya (*unsafe act*), yaitu perbuatan berbahaya dari manusia, yang dapat terjadi antara lain karena:
 - Kurangnya pengetahuan dan keterampilan pelaksana
 - Cacat tubuh yang tidak kentara (*bodily defect*)
 - Keletihan dan kelemahan daya tahan tubuh.
 - Sikap dan perilaku kerja yang tidak baik.
3. Pengaruh peralatan dan furniture kantor, antara lain karena:
 - Posisi tubuh (ergonomi) yang salah ketika melakukan pekerjaan
 - Gerakan berulang (*repetitive motion*).
 - Pencahayaan yang terlalu terang/gelap.
 - Mouse dan keyboard yang sulit dijangkau tangan.
4. Kabel listrik, telepon, internet yang tergantung ke lantai.
5. AC yang terlalu dingin atau malah tidak berfungsi (panas).
6. Alat-alat listrik yang tidak berfungsi sempurna.
7. Furnitur kantor yang menyusahakan pekerjaan.

e. Beberapa kecelakaan yang banyak terjadi di tempat kerja

1 Terpeleset

Biasanya karena lantai licin. Terpeleset dan terjatuh adalah bentuk kecelakaan kerja yang dapat terjadi di tempat kerja

Akibat:

- Ringan memar
- Berat: fraktura, dislokasi, memar otak, dll.

Pencegahan:

- Pakai sepatu anti slip
- Jangan pakai sepatu dengan hak tinggi, atau tali sepatu longgar
- Hati-hati bila berjalan pada lantai yang sedang dipel (basah dan licin) atau tidak rata konstruksinya.
- Pemeliharaan lantai dan tangga

2. Mengangkat beban

Mengangkat beban merupakan pekerjaan yang cukup berat, terutama bila mengabaikan kaidah ergonomi.



Akibat: cedera pada punggung.

Pencegahan:

Beban jangan terlalu berat ,Jangan berdiri terlalu jauh dari beban. Jangan mengangkat beban dengan posisi membungkuk tapi pergunakanlah tungkai bawah sambil berjongkok. Pakaian jangan terlalu ketat sehingga pergerakan terhambat.

3. Risiko terjadi kebakaran

sumber: hubungan pendek arus listrik; bahan lain mungkin mudah menyala



Akibat:

- Timbulnya kebakaran dengan akibat luka bakar dari ringan sampai berat bahkan kematian.
- Timbul keracunan akibat kurang hati-hati.

Pencegahan:

- Konstruksi bangunan yang tahan api
- Sistem penyimpanan yang baik terhadap bahan-bahan yang mudah terbakar
- Pengawasan terhadap kemungkinan timbulnya kebakaran
- Merapihkan sambungan kabel listrik

Rangkuman

- 1 Pengertian Pelayanan prima (*Excellent service*) adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Artinya pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat.
- 2 Menurut penelitian kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai investasi usaha atau bisnis. Pelanggan bagi perusahaan adalah aset, karena itu peningkatan kualitas pelayanan diupayakan terus-menerus untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan/kolega.
- 3 Hubungan interpersonal dengan, kolega, kelompok, maupun orang lain dapat merupakan sumber terjadinya konflik, oleh sebab itu harus mengetahui dan memahami manajemen konflik. Penyebab konflik meliputi: ketidakjelasan uraian tugas, gangguan komunikasi, tekanan waktu, standar, kebijakan yang tidak jelas, perbedaan status, dan harapan yang tidak tercapai. Konflik dapat dicegah atau diatur dengan menerapkan disiplin, komunikasi efektif, dan saling pengertian antara sesama rekan kerja.

Latihan

1. Buatlah kesimpulan tentang harapan dan kebutuhan pelanggan.
2. Diskusikan dengan kelompokmu.
3. Jelaskan bagaimana cara memelihara dan menggunakan peralatan sesuai dengan persyaratan kesehatan dan keselamatan kerja.
4. Berikan contoh bagaimana penerapan etika di tempat kerja.