

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Okurimono merupakan budaya yang cukup kental bagi kehidupan masyarakat Jepang karena seringnya *okurimono* dilakukan dalam beberapa jenis kegiatan baik secara personal maupun untuk tujuan bisnis. Sejarah dari budaya beri-memberi ini berasal dari kebudayaan Cina menurut ajaran Konfusianisme. Budaya beri-memberi di Cina yang disebut dengan *guanxi* (关系) ini bertujuan untuk mempererat hubungan relasi antar keluarga, politikus, institusi sosial, dan urusan bisnis. Kira-kira pada tahun 300 SM, bangsa Cina pernah datang ke Jepang untuk menyebarkan ajaran kepercayaan, budaya, dan lain-lain. Setelah kebudayaan dari Cina ini telah menjadi kebudayaan Jepang, kebudayaan ini bercampur dengan ajaran Budha dan Shinto dalam proses waktu beratus tahun lamanya (dikutip oleh Nakane, 2003). Dalam budaya Jepang, *okurimono* dapat dikembangkan menjadi 2 buah pengertian yang berbeda yaitu, *Zouyo* (贈与) dan *Zoutou* (贈答).

Menurut Itou (2011), *Zouyo* (贈与) terdiri dari 2 buah *kanji* yaitu *okuru* (贈る) dari kata *okurimono* (贈り物) yang memiliki arti “hadiah” atau “barang pemberian” dan *ataeru* (与える) yang memiliki arti “memberikan” *Zouyo*. Pemaknaan kata pemberian itu sendiri ditafsirkan secara berbeda” oleh Masyarakat dari berbagai belahan dunia. Ada pemberian yang tidak mengharapkan pamrih dan pemberian yang mengharapkan pamrih.

Zoutou (贈答) adalah kegiatan sopan-santun berupa pertukaran barang yang dilakukan pada kesempatan tertentu. *Zoutou* sendiri ditulis menggunakan *kanji okuru* (贈る) yang berarti “menghadiahkan” atau “menganugerahkan” dan *kanji kotaeru* (答える) yang memiliki arti “menjawab” atau “membalas.”

Menurut Harumi Befu, kebiasaan tukar-menukar pemberian di Jepang berasal dari suatu tradisi yang memiliki arti religious-magis, yakni *naorai*. *Naorai* merupakan tradisi dimana dewa-dewa dan manusia berbagi makanan bersama-sama (Befu, 1968). *Naorai* adalah kegiatan makan dan minum yang diselenggarakan setelah *matsuri* atau upacara-upacara yang bersifat ritual. Bentuk asli dari *naorai* adalah persembahan untuk dewa-dewa.

Tukar-menukar ini dianggap penting oleh orang Jepang meskipun setiap tahunnya untuk memberikan sesuatu, seseorang atau sekeluarga membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Maruyama menyebutkan bahwa seorang yang bekerja di sebuah perusahaan menghabiskan rata-rata ¥228.000 setiap tahunnya untuk praktik memberi ini (Davies, 2001). Selain itu, adanya iklan-iklan tentang *chuugen* dan *seibo* di *department store*, banyaknya oleh-oleh di tempat wisata, dan pajangan pemberian di toko-toko di area stasiun menjadi sebuah indikasi bahwa kegiatan tukar-menukar telah melekat kuat pada kebudayaan masyarakat Jepang.

Di daerah pedesaan di Jepang, terdapat sebuah cara penting untuk menentukan karakter sosial seseorang adalah dengan melihat bagaimana ia menjalankan peraturan dan etika mengenai pemberian (Befu, 1968). Orang yang menjalankannya dengan bertanggung jawab dan dapat dipercaya disebut *giri gatai*.

Sebaliknya, jika seseorang memberikan sesuatu lebih murah dari yang seharusnya maka orang lain akan membicarakan tidak hanya pemberian yang tidak pantas, tetapi juga karakter si pemberi tersebut.

Walaupun pada dewasa ini, orang-orang kota modern kurang peduli dengan formalitas belaka, mereka tetap memperhatikan tradisi *zoutou*, termasuk *oseibo* (pemberian di akhir tahun), *ochuugen* (pemberian pada musim panas), dan *omiyage* (oleh-oleh/souvenir yang mereka beli dari perjalanan) yang mungkin akan mereka beli untuk memenuhi kewajiban mereka (Witowski dan Yamamoto, 1991).

Menurut Befu, ada sejumlah besar kesempatan dimana pada kesempatan itu orang Jepang memberikan sesuatu kepada orang lain (Davies, 2011). Dari data tersebut, dapat kita lihat bahwa pemberian yang dilakukan meliputi hampir semua kejadian yang dialami orang Jepang dan digunakan untuk menggambarkan berbagai macam jenis perasaan, yakni ucapan selamat, permintaan maaf, penghargaan, ucapan belasungkawa, dan lain-lain. Pemberian pada kesempatan-kesempatan tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga, pemberian berdasarkan waktu atau musim (*ochuugen*, *oseibo*, dll), pemberian berdasarkan upacara yang terkait (pernikahan, kematian, kelahiran, dll), dan pemberian pada kesempatan lain (*omiyage*, *temiyage*, dsb).

Barang-barang yang biasa diberikan oleh orang Jepang adalah barang-barang yang biasa digunakan sehari-hari, seperti makanan dan minuman. Uang dianggap sebagai sesuatu yang paling praktis diantara barang-barang yang dapat diberikan sehingga uang juga diberikan pada bermacam-macam kesempatan.

Orang Jepang memilih untuk memberikan uang karena nilai yang terkandung pada uang lebih mudah terlihat.

Selain jenis dan bentuknya, yang juga dirasa penting dalam pemberian adalah penampilan, pembungkusan dan tempat pembelian dari barang yang akan diberikan karena ketiga hal tersebut sering kali bermakna sama dengan barang yang ingin diberikan itu sendiri. Saat ini, pembungkusan untuk barang-barang akan diberikan biasanya akan dilakukan di toko-toko yang menjual barang tersebut, sehingga cara pembungkusannya cenderung dilupakan. Namun, pada dasarnya cara membungkus barang yang akan diberikan ada dua, disesuaikan dengan kesempatan. Pada saat yang membahagiakan, kertas yang digunakan untuk membungkus barang berjumlah dua lembar, sedangkan pada saat berduka atau mendapat musibah, kertas yang digunakan berjumlah satu lembar. Hal tersebut bermakna sebuah harapan agar hal-hal buruk tidak terjadi kembali. Selain jumlah kertas, warna kertas pembungkus juga berpengaruh, warna-warna cerah seperti kuning, merah, dan emas melambangkan suka cita atau kebahagiaan, sedangkan warna-warna gelap seperti hitam dan ungu melambangkan kesedihan atau duka cita. Tata cara yang dilakukan oleh orang Jepang pada saat melakukan pemberian adalah memberikan dengan dua tangan, penerima tidak membuka barang yang diberikan di depan sang pemberi, dan cenderung menghindari penggunaan angka 4, 6, dan 9 karena angka-angka tersebut dianggap mengandung arti negatif, dimana angka 4 berarti kematian sedangkan 6 dan 9 sering dikaitkan dengan kesialan dan penderitaan.

Berdasarkan poin-poin tersebut, peneliti ingin menganalisis lebih jauh mengenai *okurimono*, apakah terdapat perbedaan secara signifikan antara

penerapan pada masa lampau dan pada zaman sekarang, kemudian bagaimana penerapan *okurimono* yang dilakukan oleh masyarakat Jepang pada zaman sekarang khususnya dalam bisnis masyarakat Jepang.

B. Rumusan Masalah dan Fokus Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, supaya bisa mendapatkan hasil yang jelas dan terarah, untuk itu dibutuhkan rumusan masalah. Rumusan Masalah yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut. Bagaimana penerapan *okurimono* dalam ruang lingkup bisnis Masyarakat Jepang pada saat ini?

2. Fokus Masalah

Penelitian ini berfokus kepada *okurimono* dalam ruang lingkup Bisnis Masyarakat Jepang. Oleh karena itu, hadiah yang diberikan oleh keluarga, sahabat, dan kerabat tidak termasuk lingkup pembahasan dalam penelitian ini.

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan fokus masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut. Untuk mengetahui secara detail mengenai penerapan *Okurimono* (贈り物) dalam dunia bisnis masyarakat Jepang, seperti tata cara membungkus hadiah, harga pasaran hadiah sesuai jenis *okurimono*, jenis hadiah yang cocok dan waktu terbaik memberikan *okurimono* dalam dunia bisnis masyarakat Jepang.

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah dapat membantu penulis untuk meningkatkan pengetahuan penulis serta mengetahui lebih dalam mengenai budaya *Okurimono* (贈り物) yang terjadi dalam ruang lingkup bisnis di negara Jepang.

2. Bagi Pembaca

Manfaat penelitian ini bagi pembaca adalah pembaca dapat memahami budaya yang ada di Jepang, khususnya budaya *Okurimono* (贈り物).

3. Bagi Bidang Ilmu

Manfaat penelitian ini bagi bidang ilmu dapat menambah wawasan dalam bidang budaya Jepang dan sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian tentang budaya *Okurimono* (贈り物) baik secara umum maupun dalam ruang lingkup bisnis.

D. Definisi Operasional

1. *Okurimono* (贈り物).

Menurut kamus online weblio, *okurimono* sama artinya dengan *purezento* yang artinya “hadiah.” 他人などにお祝いなどで贈るものの

こと。プレゼント。「贈り物」とも書く。Tanin nado ni oiwai nado de okuru mono no koto. Purezento. “Okurimono” to mo kaku. Artinya “Sesuatu yang diberikan kepada orang lain, misalnya dalam perayaan. Hadiah. Juga dapat ditulis sebagai “贈り物” (*okurimono*) (<https://www.weblio.jp/content/贈り物>).” Sedangkan menurut kamus Matsuura (1994:760) menyebutkan bahwa *okurimono* mempunyai makna “hadiah, bingkisan, kado, persenan, pemberian, barang pemberian. Berdasarkan hal tersebut, maka makna *okurimono* adalah pemberian atau hadiah yang didapatkan oleh orang lain.

2. Bisnis

Bisnis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan.

Menurut Mahmud Machfoedz, bisnis merupakan usaha perdagangan yang dilakukan sekelompok orang yang sudah terorganisasi untuk bisa mendapatkan laba atau keuntungan dengan memproduksi atau menjual suatu barang atau jasa.

Menurut Bukhari Alma, bisnis adalah jumlah usaha yang meliputi pertanian, komunikasi, konstruksi, distribusi, usaha jasa, transportasi, dan pemerintah yang bergerak untuk membuat dan memasarkan barang atau jasa kepada konsumen dengan tujuan untuk memperoleh laba

<https://www.idntimes.com/business/economy/yogama-wisnu-oktyandito/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli-terlengkap>).

Dari beberapa pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan yang sudah terorganisasi dengan cara membuat atau memasarkan suatu barang atau jasa kepada konsumen dengan tujuan agar dapat memperoleh laba.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi empat pokok pembahasan. Setiap masalah dibahas secara mendalam dalam sub bab. Keempat pokok pembahasan tersebut adalah sebagai berikut.

BAB 1 adalah bagian pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah dan fokus masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan. BAB 2 adalah bagian landasan teori berisi teori terkait budaya *Okurimono* (贈り物) dan Penelitian Relevan.

BAB 3 adalah bagian metodologi penelitian berisi metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan sumber data. BAB 4 analisis data berisi paparan data, analisis data, dan interpretasi hasil penelitian. BAB 5 kesimpulan berisi kesimpulan dari analisis data yang terkait pada rumusan masalah, dan saran yang terkait pada manfaat penelitian.