

## **KORESPONDENSI BISNIS DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL: BAGAIMANA PERANNYA TERHADAP KINERJA FREIGHT FORWARDER?**

### **BUSINESS CORRESPONDENCE IN INTERNATIONAL TRADE: HOW DOES IT IMPACT FREIGHT FORWARDERS' PERFORMANCE?**

**Dedi Febrianto<sup>1a</sup>, Fajria Fatmasari<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Politeknik APP Jakarta, Kementerian Perindustrian RI  
Jl. Timbul No.34 Cipedak, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12630.

<sup>a</sup> Korespondensi: Dedi Febrianto, E-mail: **dedi-febrianto@kemenperin.go.id**

(Diterima: 15-08-2022; Ditelaah: 17-08-2022; Disetujui: 12-10-2022)

#### **ABSTRACT**

Business correspondence in the form of e-mail has an important role for freight forwarders to support their duties as intermediaries between exporters and importers. Mastering the style, format, and important parts of an e-mail is not an easy job, especially if it is written in English so that it becomes a challenge for freight forwarders. This study tries to investigate the obstacles and challenges faced by freight forwarding companies in Indonesia in conducting business correspondence in English, as well as analyze the role of business correspondence towards working performance of freight forwarders. This study involved five freight forwarding companies located in Jakarta. Data were collected through literature study and interviews with staff who handle correspondence. The results show that the style of e-mail communication made by freight forwarding companies tends to be informal with a lot of use of abbreviations and concise forms of e-mail. In addition, there are several obstacles in conducting correspondence, namely the lack of knowledge about the components that make up an e-mail, lack of English language skills, lack of knowledge about e-mail writing style, and misinterpretation. The obstacles impacted export-import activities in the form of delays in transaction processing, customer complaints and financial losses. Employees who deal with correspondence should be given intensive business correspondence training in order to understand in detail the structure, writing style, and patterns of business correspondence commonly used in the international business world. In addition, it is necessary to improve English language skills for the employees by providing English language training, especially related to writing and grammar.

*Keywords:* business correspondence, email, export import, freight forwarding

#### **ABSTRAK**

Korespondensi bisnis berupa e-mail memiliki peranan yang penting bagi freight forwarder untuk menunjang tugasnya sebagai perantara antara eskportir dan importir. Penguasaan gaya, format, dan bagian-bagian penting dalam e-mail merupakan pekerjaan yang tidak mudah, terlebih lagi jika dituliskan dengan bahasa Inggris sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi freight forwarder. Penelitian ini mencoba menginvestigasi kendala dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan freight forwarding di Indonesia dalam melakukan korespondensi bisnis berbahasa Inggris, serta menganalisis sejauh mana peran korespondensi bisnis terhadap kinerja freight forwarder. Penelitian ini melibatkan lima perusahaan freight forwarding yang berlokasi di DKI Jakarta. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan wawancara kepada staf yang menangani korespondensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi e-mail yang dibuat oleh perusahaan freight forwarding cenderung bersifat tidak resmi dengan banyaknya penggunaan singkatan dan bentuk e-mail yang ringkas. Selain itu, terdapat beberapa kendala dalam melakukan korespondensi, yaitu minimnya pengetahuan tentang komponen penyusun e-mail, kurangnya kemampuan bahasa Inggris, minimnya pengetahuan tentang gaya penulisan e-mail, dan kesalahan interpretasi. Kendala-kendala yang dihadapi dalam korespondensi tersebut membawa dampak pada aktivitas ekspor impor berupa keterlambatan proses transaksi, adanya keluhan pelanggan hingga kerugian finansial. Karyawan yang mengurus surat-menyurat hendaknya diberikan pelatihan korespondensi bisnis yang intensif agar dapat memahami susunan, gaya penulisan, dan pola korespondensi bisnis yang lazim digunakan di dunia bisnis internasional secara terperinci. Di samping itu, peningkatan kemampuan bahasa Inggris bagi karyawan khususnya yang menjalankan kegiatan korespondensi bisnis, perlu untuk dilakukan dengan memberikan pelatihan bahasa Inggris khususnya terkait penulisan dan tata bahasa.

*Kata Kunci:* korespondensi bisnis, e-mail, ekspor impor, *freight forwarding*

---

Dedi Febrianto., & Fajria Fatmasari. (2022). Korespondensi Bisnis dalam Perdagangan Internasional: Bagaimana Perannya terhadap Kinerja Freight Forwarder?. *Jurnal Sosial Humaniora*, Vol(2), 113-127.

---

## PENDAHULUAN

Korespondensi bisnis memegang peranan yang sangat penting dalam suatu kegiatan bisnis. Jika dilakukan dengan baik dan sesuai kaidah kebahasaan yang ada, korespondensi bisnis dapat mendorong suksesnya transaksi bisnis dalam suatu perusahaan. Sebaliknya, korespondensi bisnis yang banyak mengandung kesalahan baik dalam tataran bahasa maupun dalam informasi yang dimuat, dapat memicu berbagai kerugian bagi suatu perusahaan (Sviatiuk, 2015). Suatu transaksi yang telah direncanakan dengan baik, bisa batal hanya karena penulisan surat yang keliru sehingga menyinggung perasaan salah satu pihak yang bertransaksi atau menimbulkan berbagai macam kesalahpahaman lainnya. Penggunaan suatu bahasa secara kompeten dapat menunjukkan kredibilitas penggunanya, sehingga ketika seseorang membuat kesalahan dalam berbahasa dapat menghancurkan kredibilitasnya, dan sebaliknya, kredibilitas seseorang akan terlihat baik jika bahasa yang digunakannya benar dan sesuai kaidah yang berlaku. Kredibilitas sangat melekat terhadap komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan. Oleh sebab itu, seorang komunikator harus memiliki kredibilitas yang memadai agar disukai oleh komunikasi (Ayuningtyas et al., 2012).

Menurut Sviatiuk (2015), korespondensi bisnis (surat bisnis) adalah istilah umum untuk semua komunikasi tertulis yang digunakan dalam hubungan bisnis dengan mitra bisnis atau untuk komunikasi internal dalam organisasi. Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh Yu & Fu (2014)

bahwa korespondensi bisnis adalah komunikasi tertulis dalam perdagangan antara kedua belah pihak yang memerlukan adanya pertukaran pandangan antara kedua belah pihak, baik berupa ide maupun informasi. Lebih lanjut lagi, Fatima (2017) menjelaskan bahwa korespondensi bisnis adalah komunikasi atau pertukaran informasi dalam format tertulis untuk proses kegiatan bisnis. Korespondensi bisnis dapat terjadi antar organisasi, dalam organisasi atau antara pelanggan dan organisasi. Korespondensi umumnya dibuat dalam format yang diterima secara luas dan dapat diikuti secara universal.

Dalam perdagangan internasional, korespondensi bisnis merupakan sarana utama bagi eksportir dan importir untuk melakukan komunikasi (Zhaohui & Liping, 2017) yang dimulai dari pengenalan, penawaran, dan permintaan produk, hingga pembuatan kontrak dagang atas kesepakatan yang telah diraih antara kedua belah pihak. Sebanyak 80% transaksi ekspor impor biasanya dilakukan melalui korespondensi bisnis, dan sisanya melalui negosiasi tatap muka atau secara lisan. Walaupun demikian, negosiasi secara lisan pun selanjutnya dituangkan ke dalam dokumen tertulis dalam bentuk MoU (*Memorandum of Understanding*). Hal ini menunjukkan bahwa sangat jarang ditemukan adanya importir dan eksportir yang berkomunikasi secara langsung karena mahalnya biaya yang harus dikeluarkan dan banyaknya waktu yang diperlukan untuk berkomunikasi secara tatap muka (Paniya, 2013). Seringnya, eksportir dan importir berkomunikasi secara tertulis dengan

mengirimkan surat, baik melalui faksimili, maupun *email*.

Transaksi jual beli dalam ekspor maupun impor bukanlah merupakan hal yang mudah, baik bagi eksportir maupun importir. Hal ini disebabkan proses aktivitas ekspor dan impor yang cenderung kompleks dan bertahap (Ahmad & Firmansyah, 2018). Banyaknya dokumen dan peraturan yang harus dipenuhi dalam transaksi jual beli antar negara ini, membuat para eksportir dan importir kewalahan untuk memenuhinya. Tidak jarang, eksportir maupun importir menggunakan jasa *freight forwarder* untuk memudahkan mereka melakukan transaksi bisnis (Sundari, 2018).

Tugas utama dari perusahaan *freight forwarding* adalah sebagai perantara antara eksportir dan importir (Huang et al., 2019). Di Indonesia, secara khusus batasan tanggungjawab perusahaan *freight forwarding* diatur dalam Peraturan Menteri Perhubungan (PM)No. 49 Tahun 2017 (Supardi & Nurjanah, 2019). Peran perusahaan *freight forwarding* untuk menunjang pengiriman barang antar negara semakin vital. Hal ini karena proses pengiriman barang yang kompleks membuat para eksportir perlu menggunakan jasa *freight forwarder*. Selain itu, eksportir memiliki keterbatasan pengetahuan maupun waktu untuk memenuhi semua persyaratan pengiriman barang antar negara. Adanya kendala yang dihadapi eksportir dalam mengirimkan barang ke luar negeri, membuat keberadaan perusahaan *freight forwarding* menguntungkan baik bagi eksportir maupun bagi negara (Wati, 2018).

Dalam melaksanakan tugasnya, *freight forwarder* tidak dapat terhindar dari kegiatan korespondensi bisnis. Adanya perbedaan regulasi dari tiap-tiap negara membuat *freight forwarder* harus sigap dalam memberikan informasi kepada

pelanggan (Wati, 2018). *Freight forwarder* perlu memastikan apakah barang yang dipesan oleh importir telah sesuai, dan atau dalam menyampaikan pemberitahuan kedatangan kapal kepada *buyer*, yang semuanya dilakukan melalui korespondensi bisnis. Tentunya korespondensi bisnis ini dilakukan dalam bahasa Inggris karena transaksi bisnis terjadi antar negara yang memiliki bahasa yang berbeda sehingga perlu menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional dalam melakukan komunikasi. Korespondensi dalam bahasa Inggris lebih banyak dilakukan oleh pengusaha besar. Pengusaha besar mengerti lebih banyak mengenai tatanan surat dan bagian-bagian surat daripada pengusaha menengah dan pengusaha kecil (Sundari, 2018). Sebaliknya, perusahaan *freight forwarding* merupakan *Non-Vessel Operating Common Carrier* (NVOCC) yang tugas utamanya menghubungkan antara *carrier* dengan *customer* sehingga bukanlah merupakan pengusaha besar. Oleh sebab itu, penelusuran korespondensi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan *freight forwarding* sebagai perusahaan kecil/ menengah yang merupakan kegiatan penelitian yang menarik untuk dilakukan guna menyelidiki tantangan yang dihadapi dalam melakukan korespondensi bisnis yang dituntut harus menggunakan bahasa Inggris.

Salah satu bentuk korespondensi bisnis yang digunakan dalam kegiatan ekspor-impor adalah *e-mail* (biasa disebut pos-el (pos elektronik atau surel (surat elektronik))). *E-mail* adalah metode komunikasi tulisan formal terbaru yang paling banyak digunakan dalam dunia bisnis (Fatima, 2017). *E-mail* dibuat untuk berbagai macam tujuan. Di antara banyak tujuannya adalah untuk berkomunikasi antara penjual dan pembeli sehingga dapat

memberikan informasi yang rinci mengenai produk dan layanan secara cepat pada pelanggan dengan sikap yang terbuka (Acharya et al., 2010). *E-mail* telah berkembang pesat pada retailer dan perusahaan yang dapat digunakan dengan biaya rendah (Jamalzadeh et al., 2012). Penggunaan *e-mail* dalam komunikasi bisnis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan dapat menunjukkan baik atau buruknya citra perusahaan di mata pelanggan (Putria, 2014). Menulis *e-mail* dalam bahasa Inggris tentunya merupakan tantangan tersendiri bagi perusahaan *freight forwarder*. Hal ini karena menguasai gaya, format, dan bagian-bagian penting dalam *e-mail* merupakan pekerjaan yang tidak mudah, ditambah lagi dengan penulisannya yang harus dilakukan dalam bahasa Inggris yang juga membutuhkan pengetahuan dan keterampilan tertentu agar dapat melakukan korespondensi bisnis berbahasa Inggris dengan baik.

Penelitian tentang korespondensi bisnis khususnya dalam bentuk *e-mail* telah cukup banyak dilakukan (Rachmania & Mirahayuni (2009); Putria (2014). Akan tetapi, penelitian terkait korespondensi bisnis di bidang ekspor dan impor belum banyak dibahas dalam penelitian terdahulu. Diantara tulisan yang ada adalah Paniya (2013) yang menulis tentang kemampuan mahasiswa prodi D3 Administrasi Bisnis dalam menuliskan korespondensi ekspor-impor berbahasa Inggris. Dia menyimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa masih membuat berbagai kesalahan terutama pada tingkat tata bahasa, bahkan beberapa surat korespondensi bisnis yang dituliskan mahasiswa dapat menimbulkan kesalahpahaman karena tidak dapat dimengerti dengan baik. Kemudian, Al

qudsy (2017) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa korespondensi bisnis yang dilakukan oleh sebuah perusahaan bisnis furnitur di Surabaya tidak memiliki format yang lazim digunakan dalam transaksi bisnis internasional, dan masih memiliki berbagai kesalahan dalam hal tata bahasa.

Mengingat masih terbatasnya penelitian tentang korespondensi bisnis di bidang ekspor impor, perlu dilakukan studi mendalam tentang hal tersebut untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan. Kebutuhan untuk lebih memahami praktik *e-mail* masih tetap ada, sehingga suatu organisasi atau perusahaan benar-benar dapat memperoleh manfaat dari penggunaan *e-mail* oleh karyawan mereka (Quaresma et al., 2013). Oleh sebab itu, Korespondensi bisnis berupa *e-mail* dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan *freight forwarding* di Indonesia perlu untuk diketengahkan ke hadapan publik untuk mendapatkan masukan-masukan dan perbaikan-perbaikan guna membantu dan memperlancar tugas seorang *freight forwarder*. Disamping itu, penulisan *e-mail* korespondensi bisnis dalam bahasa Inggris memungkinkan adanya kendala-kendala yang muncul dikarenakan bahasa Inggris adalah bahasa asing bagi orang Indonesia. Oleh sebab itu, penelitian ini akan berusaha menjawab beberapa pertanyaan berikut.

- a. Bagaimana gaya dan susunan *e-mail* korespondensi bisnis berbahasa Inggris perusahaan *freight forwarding* di Indonesia?
- b. Apa kendala yang dihadapi perusahaan *freight forwarding* di Indonesia dalam melakukan korespondensi bisnis berupa *e-mail* berbahasa Inggris?
- c. Sejauh mana permasalahan yang muncul tersebut memengaruhi

kegiatan bisnis perusahaan *freight forwarding* di Indonesia?

## MATERI DAN METODE

### Korespondensi Bisnis dalam Perdagangan Internasional

Korespondensi bisnis untuk tujuan ekspor impor dilakukan oleh importir dan eksportir untuk melakukan komunikasi dalam rangka transaksi jual beli. Sani (2018) mengilustrasikan proses korespondensi bisnis dalam aktivitas ekspor impor dimulai dengan adanya surat perkenalan (*introduction letter*) yang dikirim oleh seorang eksportir kepada calon pembelinya (importir) di luar negeri. Jika si calon pembeli tertarik terhadap apa yang ditawarkan, dia akan mengirim pesanan juga secara tertulis. Surat balasan yang sering disebut *inquiry letter* ini bisa berisi permintaan penjelasan informasi lebih lanjut, atau bisa pula permintaan agar dikirimkan barang contoh, brosur, daftar harga dan sebagainya. Korespondensi antara kedua belah pihak akan terus berlanjut dengan adanya surat penawaran (*offering letter*), surat pemesanan (*ordering letter*) hingga tercapai kesepakatan-kesepakatan tertentu yang mengarah kepada suatu transaksi. Jika kedua belah pihak merasa perlu untuk mengikatkan diri dalam bentuk dokumen tertulis yang menyebutkan secara jelas hak dan kewajiban masing-masing pihak, maka dibuatlah kontrak dagang ekspor impor.

Dalam melakukan korespondensi bisnis di bidang perdagangan internasional, perlu diperhatikan penulisan dan penggunaan *incoterms* (*international commercial terms*) yang harus sesuai. Hal ini karena kesalahan pada penulisan *incoterms* dapat berakibat fatal dan menimbulkan kerugian bagi perusahaan eksportir ataupun importir. Selain itu, penulisan nama barang, spesifikasi, *packing*, kuantitas, harga, dan *shipment period* juga perlu

diperhatikan (Paniya, 2013) agar tidak menimbulkan kesalahan dan menghambat proses ekspor maupun impor. Oleh sebab itu, tidak diragukan lagi bahwa mengetahui dan mempelajari bagaimana melakukan korespondensi yang efektif merupakan suatu keharusan bagi pebisnis, importir, eksportir, *freight forwarder* dan siapa saja yang tertarik melakukan transaksi dalam perdagangan internasional.

### Jenis-Jenis Korespondensi Bisnis dalam Perdagangan Internasional

Korespondensi bisnis tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas ekspor maupun impor (Xu, 2012). Jenis korespondensi bisnis yang biasa dilakukan adalah berupa Surat informasi atau pengenalan produk (*introduction letter*), *inquiry letter*, Surat penawaran (*offer sheet*), Surat permintaan (*order sheet*), Kontrak dagang (*sales contract*) dan lain sebagainya.

#### Surat informasi/perkenalan (*Introduction letter*)

Surat informasi adalah surat yang biasanya dibuat oleh eksportir kepada importir untuk memperkenalkan produk mereka. Surat ini umumnya berisikan deskripsi produk, jenis usaha ekspor, nama produk, dan katalog terbaru.

#### Surat permintaan penawaran (*Inquiry letter*)

Dalam perdagangan internasional, surat permintaan penawaran lazimnya ditulis oleh importir untuk meminta rincian informasi terkait produk yang ingin dibeli. Dalam surat permintaan, pengirim meminta untuk mengkonfirmasi beberapa fakta; untuk mengumpulkan informasi tentang pertanyaan yang dia minati; untuk mengizinkan tindakan tertentu, dll (Nyzhnikova, 2011). Surat ini umumnya berisikan keterangan barang, jumlah

produk yang diminta, harga, serta waktu pengiriman dan pengapalan.

### **Surat Penawaran (*Offering letter*)**

Surat penawaran adalah surat yang berisikan nama barang, jumlah, harga, waktu pengiriman, batas waktu penawaran, syarat pembayaran, contoh, dan brosur. Surat ini biasanya ditulis oleh eksportir terkait penawaran produk yang diberikan kepada importir.

### **Surat Permintaan (*Ordering letter*)**

Surat permintaan atau surat pemesanan yang sering digunakan untuk tujuan ekspor impor biasanya ditulis oleh importir terkait rincian produk yang mereka pesan. Adapun isi dari surat permintaan adalah nama barang, jumlah, harga, waktu pengiriman, syarat pembayaran, batas waktu pemesanan, contoh brosur, tujuan, pengemasan dan tanda, syarat pengapalan, dan dokumentasi berupa invoice, packing list, surat keterangan asal, inspection, B/L.

### **Kontrak Dagang**

Kontrak dagang adalah rumusan akhir dari suatu kesepakatan yang telah diraih oleh eksportir dan importir setelah melakukan korespondensi bisnis. Sani (2018) mengatakan bahwa poin-poin kesepakatan antara eksportir dan importir, akan diteruskan dengan menuangkan kesepakatan tersebut dalam bentuk dokumen tertulis yang disebut kontrak dagang ekspor. Kontrak dagang yang dipilih bisa yang bentuknya sederhana seperti notulen yang ditandatangani bersama, dalam bentuk "*Memorandum of Understanding*" (MOU) atau Nota Kesepahaman bersama, maupun Kontrak Dagang ekspor yang sifatnya lebih kompleks.

### **E-mail (Surat Elektronik)**

Umumnya, *e-mail* ditulis untuk komunikasi resmi secara tertulis. Namun, *e-mail* juga dapat ditujukan untuk berkomunikasi secara tidak resmi agar dapat terkesan ramah kepada orang yang sudah dikenal baik. Adapun contoh *e-mail* resmi, yaitu *e-mail e-mail* kepada pelanggan, lamaran pekerjaan, *E-mail* kepada atasan dan rekan bisnis, keluhan kepada sebuah toko, *e-mail* antar perusahaan. Sedangkan *e-mail* tidak resmi dapat berupa *e-mail* kepada teman dekat.

Untuk memulai penulisan *e-mail*, lazimnya dituliskan salam pembuka yang diikuti oleh tanda baca koma (,) setelah penulisan nama penerima. Contohnya, *Dear Tim, Good morning Tim*. Begitu pula untuk mengakhiri sebuah *e-mail*, dituliskan salam penutup diikuti dengan tanda baca koma (,) dan diakhiri dengan nama pengirim. Contohnya, *Regards, With best wishes, Kind regards*, dan lain-lain. Adapun bagian-bagian yang harus ada dalam penulisan *e-mail* untuk tujuan bisnis adalah informasi lengkap penerima (*recipient's complete information*), attention, perihal (*subject*), salam pembuka (*salutation*), isi *e-mail* (*body*), salam penutup (*complimentary close*), nama pengirim, informasi lengkap pengirim (Jones & Alexander, 2011).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang mencari fakta dengan interpretasi yang tepat terhadap fenomena-fenomena dengan menetapkan suatu standar atau suatu norma tertentu. Penelitian deskriptif mengkaji peristiwa tindakan sosial yang alami dengan menekankan pada cara orang menafsirkan, dan memahami pengalaman mereka untuk memahami realitas sosial sehingga individu mampu memecahkan masalahnya sendiri (Mohajan & Haradhan, 2018).

Selain itu, Penelitian deskriptif juga merupakan penelitian yang mengumpulkan data berdasarkan faktor-faktor yang menjadi pendukung terhadap objek penelitian, kemudian menganalisis faktor-faktor tersebut untuk dicari peranannya (Arikunto, 2010).

Pada penelitian ini, ada dua jenis data yang dianalisis. Data pertama berupa *e-mail* yang digunakan dalam rangka korespondensi bisnis dengan tujuan ekspor impor di perusahaan *freight forwarding*. Data kedua berupa hasil wawancara yang dilakukan kepada pihak perusahaan untuk mengetahui permasalahan dan dampak permasalahan yang terjadi dari korespondensi bisnis.

Penelitian ini merupakan studi kasus terkait korespondensi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan *freight forwarding* di DKI Jakarta. Banyaknya jumlah perusahaan *freight forwarding* di Jakarta, membuat penelitian ini memilih sampel dengan teknik *convenience sampling*. Terdapat lima perusahaan *freight forwarding* yang menjadi objek penelitian ini, namun disamakan menjadi Perusahaan A, B, C, D, dan perusahaan E karena data yang bersifat *confidential*. Kelima perusahaan tersebut dipilih karena dapat bekerjasama dengan baik selama penelitian berlangsung, sehingga data dapat diperoleh dan diakses dengan mudah dan cepat.

Data berupa *e-mail* korespondensi bisnis dikumpulkan dengan teknik *random sampling* dari seluruh *e-mail* yang dibuat oleh kelima perusahaan *freight forwarding* yang menjadi objek penelitian ini. Dari kelima perusahaan tersebut, diperoleh 45 *e-mail* korespondensi untuk diobservasi. Data tersebut didukung dengan hasil wawancara dengan karyawan yang menangani korespondensi bisnis. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk narasi dan tabel.

Data berupa *e-mail* korespondensi bisnis berbahasa Inggris dianalisis dengan

cara membandingkan seluruh data temuan dengan teori tentang bentuk dan susunan *e-mail* yang ada. Data ini kemudian akan dijadikan pijakan untuk melakukan wawancara guna menemukan permasalahan lainnya dalam pembuatan *e-mail* dan juga untuk mengetahui dampak permasalahan tersebut terhadap proses kerja di perusahaan *freight forwarding*. Hasil dari wawancara ditranskripsi dan diberikan kode untuk mempermudah analisis data. Selanjutnya, hasil transkripsi dan kodefikasi ini dibaca berulang-ulang untuk memahami dan mengenali bentuk dan dampak permasalahan korespondensi bisnis untuk kemudian dideskripsikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Perusahaan

Berikut adalah profil perusahaan *freight forwarding* yang terlibat dalam penelitian ini. Seluruh perusahaan berkedudukan di Indonesia dan memiliki staf yang berasal dari dalam negeri.

Tabel 1. Profil perusahaan

Perusahaan	Layanan
A	Pengiriman melalui jalur udara dan laut tingkat internasional, manajemen pergudangan dan pengadaan logistik, distribusi lokal, bea masuk, muatan laut, broker asuransi, dan distribusi dari pintu ke pintu <b>Tahun Berdiri</b> 2007 <b>Kantor Pusat</b> Jakarta <b>Kantor Perwakilan</b> Singapura
B	<b>Layanan</b> Pengurusan transportasi pengiriman, pengangkutan, dan penerimaan barang baik internasional maupun domestik importir umum yang dapat diartikan sebagai penyedia jasa impor bagi perusahaan yang ingin melakukan impor tetapi tidak memiliki API (Angka Pengenal Importir). <b>Tahun Berdiri</b> 2015 <b>Kantor Pusat</b> Jakarta

C	<p><b>Kantor Perwakilan</b> Jakarta <b>Layanan</b> Pengiriman barang ekspor dan impor dengan layanan 'Door to Door Service' yang dapat mengangkut barang dari pintu pengirim ke pintu penerima barang. <b>Tahun Berdiri</b> 2006 <b>Kantor Pusat</b> Jakarta <b>Kantor Perwakilan</b> Jakarta</p>
D	<p><b>Layanan</b> Penyedia Layanan Jasa Pengiriman Barang Internasional dan Perantara Pabean yang komprehensif, layanan Rush-Handling Express Courier termasuk truk dan distribusi terintegrasi <b>Tahun Berdiri</b> 1989 <b>Kantor Pusat</b> Jakarta <b>Kantor Perwakilan</b> Taiwan</p>
E	<p><b>Layanan</b> Penyedia logistik swasta terbesar di dunia <b>Tahun Berdiri</b> 1966 <b>Kantor Pusat</b> Philadelphia <b>Kantor Perwakilan</b> Jakarta</p>

Berdasarkan profil perusahaan di atas, rentang lamanya perusahaan-perusahaan tersebut berdiri adalah 6 hingga 55 tahun. Dari kelima perusahaan tersebut, 3 perusahaan diantaranya memiliki hubungan erat dengan perwakilan atau kantor pusat.

### Gaya Korespondensi Bisnis

Setiap perusahaan memiliki kebijakan dan budaya masing-masing. Kebijakan tersebut diantaranya adalah tentang penggunaan *e-mail* dalam aktivitas korespondensi dengan konsumen yang sebagian berasal dari luar negeri. Adapun bahasa yang digunakan dalam korespondensi *e-mail* dengan pelanggan adalah Bahasa Inggris, dengan memuat beberapa istilah dalam lingkup *freight*

*forwarding*. Proses korespondensi tertulis lainnya yang sering digunakan adalah aplikasi percakapan Whatsapp (WA). Dari kelima perusahaan yang menjadi objek penelitian ini, dua diantaranya menyatakan hal yang sama yaitu WA merupakan media komunikasi yang berfungsi sebagai bentuk konfirmasi dari korespondensi sebelumnya yang mereka lakukan melalui *e-mail*. "Ya sebenarnya setelah ada komunikasi lewat *e-mail*, pelanggan kita tuh biasanya akan lanjut pake WA. Karena WA ini kan praktis ya, cepet jadi bisa cepet tertangani." (Perusahaan A), "Kalau di kami, *e-mail* itu biasanya bentuk tindak lanjut dari WA. Jadi *e-mail* buat penguat juga untuk bukti transaksi dari percakapan yang resmi". (Perusahaan B).

*E-mail* dan aplikasi WA menjadi pilihan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan karena budaya perusahaan menuntut respon yang cepat dari para petugasnya. Akan tetapi, *e-mail* memiliki peranan yang lebih penting karena dinilai sebagai percakapan resmi untuk dijadikan bukti transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan *freight forwarding* menempatkan *e-mail* sebagai percakapan resmi sehingga kalimat dan bahasa yang digunakan hendaknya resmi pula. Sebaliknya, dari temuan data berupa *e-mail* yang berhasil dikumpulkan, diketahui bahwa dalam kesehariannya, korespondensi *e-mail* yang digunakan di perusahaan *freight forwarding* cenderung singkat dan hanya fokus pada maksud penulisan *e-mail*. Hal ini sebagaimana terlihat pada contoh *e-mail* berikut.

Gambar 1. Contoh *e-mail* 1

Dear Casey,

Please find our best rate asf :  
 POL : Jakarta  
 POD : Brisbane  
 Ocean freight : usd 6400/40'HC

Remarks :  
 Subject to both end THC and local charges  
 Subject to space and equipment  
 Rate valid until 14 Oct 2021.

**Thanks & Regards,**  
 Nunu

Gambar 2. Contoh *e-mail* 2

Subject: RE: 6586 AIR TO FRA / 105210132

Dear Robert,

Sorry Bro for now we only can give 2 week, as you know due to covid freight is not controlled and rates keeps going up.

Pls be understand.

Kedua contoh *e-mail* di atas menunjukkan bahwa gaya penulisan *e-mail* cenderung tidak resmi. Hal ini dapat diamati dari gaya bahasa yang digunakan yang mengandung singkatan dan bahasa gaul untuk percakapan tidak resmi. Sebagaimana terdapat pada kalimat “*sorry bro for now we only can give 2 week*”, sapaan “*bro*” lazimnya digunakan untuk memanggil seseorang laki-laki yang sudah dikenal dekat dalam suatu percakapan tidak resmi. Selain itu singkatan berupa “*pls*” (*please*) di contoh *e-mail* 1 dan “*asf*” (*as follow*) di *e-mail* 2 juga menunjukkan bahwa gaya korespondensi *e-mail* di perusahaan *freight forwarding* tidak kaku dan cenderung tidak resmi karena kebanyakan pelanggan sudah saling kenal dekat dengan pihak perusahaan. Hal ini dikonfirmasi dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa perusahaan sudah memiliki banyak pelanggan tetap sehingga pembuatan *e-mail* kepada para pelanggan menjadi lebih singkat tanpa perlu basa-basi. “Kalau sekarang emang kita ya to the point aja,

misal jawab inquiry atau tanya apa ya langsung aja. Paling ya salam pembuka terus intinya apa, lalu penutup. Gitu aja. Beda memang kalo dulu kita memang ngenalin diri nawarin jasa apa. Sekarang bukan lagi kita yang nyari, tapi kita dicari jadi ya udah singkat-singkat aja”. (Perusahaan A), Secara ringkas, gambaran *e-mail* korespondensi yang telah digunakan oleh perusahaan-perusahaan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Susunan *e-mail* korespondensi bisnis perusahaan *freight forwarding*

Susunan Penulisan	Perusahaan				
	A	B	C	D	E
Receiver (penerima)	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Salam pembuka	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
Kalimat pembuka	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Isi Kalimat	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
Penutup	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Salam penutup	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dewasa ini perusahaan tidak lagi secara formal memuat *receiver* atau nama dan alamat penerima dalam *e-mail* korespondensi. Nama penerima dianggap sudah disebutkan dalam *salutation*, dan tidak lagi menyebutkan jabatan atau nama perusahaan penerima. Hal ini karena pengirim *e-mail* dan penerima menganggap sudah saling mengenal sehingga merasa tidak perlu memenuhi kaidah resmi. Selain itu, kalimat yang digunakan relatif singkat tanpa adanya pembentukan paragraf. Adapun susunan *e-mail* yang digunakan terdiri atas salam pembuka, isi, dan salam penutup

### Salam pembuka

Dari keseluruhan *e-mail* yang dianalisis, salam pembuka merupakan salah satu komponen yang selalu ada dalam setiap *e-*

*mail*. Adapun bentuk salam pembuka yang digunakan adalah sebagaimana tercantum dalam tabel berikut.

Tabel 3. Jenis salam pembuka

Salam pembuka	Contoh
Dear + Nama panggilan penerima	Dear Robert, Dear Casey, dst
Dear + Titel + Nama panggilan penerima	Dear Mr. Tayyab, Dear Pak Ilham

"Dear + Nama panggilan Penerima" merupakan bentuk salam pembuka yang paling sering digunakan. Sedangkan "Dear + Titel + Nama panggilan penerima" hanya digunakan dalam 2 *e-mail* saja. Hal ini menunjukkan bahwa salam pembuka juga tidak dibuat resmi yaitu tanpa menggunakan "titel" penerima mengingat kedua belah pihak sudah saling kenal baik.

Gambar 3. Contoh *e-mail* 3

**From:**  
**Sent:** Thursday, 27 May, 2021 4:37 PM  
**To:**  
**Cc:**  
**Subject:** RE: 6586 AIR TO FRA / 105210132

Dear Robert,  
 Will send to shipper first and revert to you.

**Holiday Notice :**  
 May 26<sup>th</sup> 2021 : Vesak Day  
 June 1<sup>st</sup> 2021 : Pancasila Day

To anticipate the spreading of Covid-19, our working hours change as below  
 NB : Working Hours Every Monday-Friday From 08:00 Until 15:00 (GMT +7)

Thank you and Best Regards  
 Ulfa  
 Airfreight Customer Service

## Isi

Isi merupakan bagian terpenting dari sebuah *e-mail*. Dari analisis yang dilakukan, isi *e-mail* yang dibuat oleh perusahaan *freight forwarding* disampaikan secara langsung dan dengan kalimat yang singkat. Selain itu, terdapat banyak istilah dan singkatan yang digunakan dalam penyampaian isi *e-mail*. Berikut adalah contoh isi *e-mail* yang ditemukan.

Gambar 4. Contoh *e-mail* 4

**From:**  
**Date:** Thursday, 27 May 2021 at 10:51  
**To:**  
**Cc:**  
**Subject:** RE: 6586 AIR TO FRA / 105210132

Dear Robert,  
 Please inform consignee for this shipment .

**Holiday Notice :**  
 May 26<sup>th</sup> 2021 : Vesak Day  
 June 1<sup>st</sup> 2021 : Pancasila Day

To anticipate the spreading of Covid-19, our working hours change as below  
 NB : Working Hours Every Monday-Friday From 08:00 Until 15:00 (GMT +7)

Thank you and Best Regards  
 Ulfa  
 Airfreight Customer Service

## Salam penutup

Dari analisis yang dilakukan, *e-mail* yang dibuat oleh perusahaan *freight forwarding* ditutup dengan ucapan terima kasih yaitu *thanks* dan *thank you* tanpa adanya kalimat penutup yang utuh. Ucapan terima kasih dianggap sudah cukup untuk menutup sebuah *e-mail*.

Selain itu, terdapat penggunaan salam penutup di seluruh *e-mail* yang ditemukan. Salam penutup tidak kalah pentingnya dalam sebuah *e-mail* untuk menunjukkan kesan sopan kepada penerima. Beberapa bentuk salam penutup yang lazim digunakan dalam temuan data adalah *Regards* dan *Best regards*. Kedua jenis salam ini tidak terlalu resmi sebagaimana jenis salam penutup lainnya seperti *Sincerely yours* dan *Yours Faithfully*. Hal ini sebagaimana terlihat pada contoh *e-mail* berikut ini.

Gambar 5. Contoh *e-mail* 5

Dear Mr.Tayyab,  
 Good day

Well rcvd for your Si ya  
 Pls find quotation for Surabaya Karachi as attach file, kindly check and confirm by return and pls find below schedule ya

VESSEL VOYAGE	ETA		ETD		OPEN CARGO		CLOSING TIME		SINGAPORE		
	CGO	DOC	CGO	DOC	CGO	DOC	ETA	ETD	ETA	ETD	
MV. X-PRESS MAKALU 018N	15	16	16	16	10	15	15	19	19	22	22
MV. CALIDRIS 078N	18	20	20	20	13	17	17	23	23	26	26
MV. HIGHWAY 147N	22	23	23	23	17	22	22	26	26	29	29
MV. X-PRESS MAKALU 019N	25	27	27	27	20	24	24	30	30	3	3
MV. CALIDRIS 078N	29	30	30	30	24	29	29	3	3	6	6

Thanks & Best Regards  
 Sekar

Dari analisis ini, dapat diketahui bahwa gaya korespondensi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan *freight forwarding*

bersifat tidak resmi dan disampaikan secara ringkas. Terlebih lagi, dalam korespondensi bisnis yang dibuat, terdapat singkatan-singkatan yang lazimnya dipakai untuk komunikasi melalui aplikasi pesan singkat seperti WA dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan *freight forwarding* yang menjadi objek penelitian ini belum sepenuhnya menerapkan kaidah-kaidah penulisan korespondensi bisnis sebagaimana dikemukakan oleh para ahli bahasa dan komunikasi.

Korespondensi bisnis melalui *e-mail* seharusnya memuat komponen penyusunan *email* dengan lengkap mulai dari informasi lengkap penerima hingga salam penutup. Namun, realita di lapangan menunjukkan bahwa komponen penyusunan *email* yang diterapkan oleh perusahaan *freight forwarding* hanya ada 3 komponen yaitu salam pembuka, isi, dan salam penutup. Selain itu, korespondensi *e-mail* seharusnya diungkapkan dengan rinci dengan memuat deskripsi korespondensi berupa penjelasan yang komprehensif dan lazimnya terdiri atas beberapa paragraf. Akan tetapi, korespondensi yang dilakukan oleh perusahaan *freight forwarding* hanya terdiri atas kalimat singkat dan tidak tersusun dalam bentuk paragraf. Hal ini menunjukkan adanya kendala-kendala yang dihadapi oleh perusahaan *freight forwarding* dalam melakukan korespondensi bisnis.

### **Kendala dalam Korespondensi Bisnis Berbahasa Inggris**

Dalam melakukan korespondensi bisnis berupa *e-mail* berbahasa Inggris, terdapat beberapa kendala yang dialami oleh perusahaan *freight forwarding*. Berikut uraian kendala yang ditemukan.

### **Minimnya pengetahuan tentang komponen dan gaya komunikasi *e-mail***

Dari keseluruhan *e-mail* yang dikumpulkan, diketahui bahwa komponen penyusun *e-mail* sangat sederhana. *E-mail* cenderung tidak resmi dan hanya terdiri dari beberapa kalimat singkat saja. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh narasumber berikut. “Kebanyakan *e-mail* yang ada di perusahaan kami itu singkat-singkat, apalagi yang menggunakan bahasa Inggris. (Perusahaan E)” “Saya membuat *e-mail* itu hanya untuk confirm dokumen saja. Jadi bukan untuk komunikasi khusus yang resmi begitu.” (Perusahaan C).

Selain itu, karakteristik penulisan *e-mail* mirip dengan penulisan pada percakapan melalui aplikasi chatting seperti WA dan lain-lain, yaitu banyaknya singkatan-singkatan yang digunakan selayaknya sebuah pesan singkat. Hal ini menunjukkan pengetahuan responden terkait komponen penyusun sebuah *e-mail* resmi dan gaya penulisan *e-mail* resmi masih kurang yang dapat menimbulkan kesulitan bagi karyawan dalam membuat *e-mail* resmi.

### **Kurangnya kemampuan bahasa Inggris**

Salah satu kendala yang ditemukan dalam *e-mail* korespondensi berbahasa Inggris adalah rendahnya kemampuan bahasa Inggris responden. Hal ini terlihat dari kesalahan gramatika dan pemilihan kata dalam penulisan *e-mail*. Selain itu, responden juga menyatakan bahwa adanya kendala dalam mengungkapkan ide/pesan dalam bahasa Inggris. “Saya jujur saja, bahasa Inggris saya masih rendah. Bahasa Inggris kan bukan bahasa kita, jadi wajarlah ya kadang suka bingung mau nulis *e-mail*nya itu gimana” (Perusahaan A)

Kurangnya kemampuan bahasa Inggris ini tentunya menjadi kendala dalam penulisan sebuah *e-mail* berbahasa Inggris

yang dapat memperlambat proses kerja seorang *freight forwarder*.

### **Kurangnya penguasaan istilah-istilah dalam dunia *freight forwarding***

Responden menyatakan bahwa istilah-istilah dalam *freight forwarding* sangat banyak, sehingga terdapat kendala dalam memahami istilah-istilah tersebut. "Pada masa-masa awal kerja, saya sering bingung maksud *e-mail* yang dikirim ini gimana, karena banyak istilah-istilah yang saya gak familiar. Kalau udah seperti ini, saya langsung nanya atasan saya buat ngejelasin maksud *e-mailnya*." (Perusahaan D).

Kurangnya pengetahuan responden terkait istilah-istilah *freight forwarding* berbahasa Inggris juga dapat memperlambat proses kerja dan menyebabkan penumpukan dokumen shipment yang sedang dikerjakan. Selain itu penggunaan singkatan-singkatan juga masih ditemui, padahal hal tersebut dapat menyulitkan kedua belah pihak.

Beberapa kali ditemukan kesalahan interpretasi oleh responden. Hal ini biasanya disebabkan oleh terminologi dalam aktivitas ekspor impor yang harus dikuasai cukup banyak, khususnya dalam hal *Incoterm*. Seperti pernyataan narasumber berikut; "Dulu kami pernah juga nih ada tim yang salah memaknai *e-mail*. Nah, kalo demikian biasanya dia akan mengkonfirmasi ke senior atau atasannya, ini maksudnya gimana ya. Biasanya ya karena istilah di kita itu kan banyak ya." (Perusahaan A)

Data temuan ini menunjukkan pentingnya penguasaan terminology *freight forwarding* oleh staf yang menangani *e-mail* korespondensi. Kurangnya pemahaman akan terminologi tersebut dapat memicu adanya kesalahan interpretasi yang tentunya menghambat proses kerja mereka.

### **Dampak Korespondensi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan *Freight Forwarding***

Kendala yang dihadapi oleh perusahaan *freight forwarding* dalam melakukan korespondensi bisnis berdampak pada perusahaan mereka dan kegiatan ekspor-impor yang mereka kerjakan. Di antara dampak-dampak yang berhasil dianalisis adalah sebagai berikut.

#### **Kerugian finansial**

Perusahaan A pernah menemui kesalahan interpretasi oleh staf yang mengakibatkan munculnya biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan. Perusahaan akhirnya bersedia menanggung biaya tersebut demi hubungan jangka panjang dan keterbukaan pimpinan dan manajemen untuk kendala-kendala yang dihadapi. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh narasumber berikut. "Cuma ada beberapa kejadian dulu, namanya kita masih belajar ya, jadi okelah, waktu itu kesalahan miscom di cs, sampai telat submit dokumen, sehingga kita harus bayar denda, tapi kita tidak pernah motong gaji karyawan klo mereka salah". (Perusahaan A)

Kesalahan interpretasi *e-mail* yang disebabkan oleh kurangnya penguasaan terminologi *freight forwarding* sehingga terjadi keterlambatan pengiriman dokumen berdampak pada kerugian finansial bagi perusahaan, sehingga perlu adanya alokasi dana total margin yang diperoleh perusahaan untuk menutupi kerugian. Dari wawancara diketahui bahwa kerugian yang harus ditanggung perusahaan jika terjadi kesalahan bisa mencapai 20% hingga 30% dari keuntungan yang didapat dari suatu *order*. "Kami kan ngambil margin gak terlalu gede, jadi klo ada kesalahan, itu bisa sampe 20% malah 30% dari keuntungan,

karena memang setting marginnya gak besar.” (Perusahaan A).

Hal ini menunjukkan pentingnya perananan *e-mail* korespondensi dalam transaksi ekspor-impor untuk dibuat dengan baik serta pemahaman istilah-istilah *freight forwarding* perlu dimiliki bagi setiap staf agar perusahaan tidak mengalami kerugian finansial.

### **Munculnya keluhan pelanggan**

Kendala-kendala dalam memahami *e-mail* korespondensi berbahasa Inggris dengan adanya penggunaan terminologi *freight forwarding* menyebabkan menumpuknya pekerjaan bagi karyawan. Dari 45 *e-mail* yang dianalisis, diketahui bahwa banyaknya istilah-istilah *freight forwarding* yang terdapat di dalam *e-mail* dan membutuhkan pemahaman khusus. Bagi karyawan baru, pemahaman terkait terminologi ini tentunya membutuhkan waktu yang cukup untuk berkonsultasi dengan atasan terkait maksud *e-mail* untuk meminimalisasi kesalahan. Dari wawancara, diketahui bahwa estimasi pekerjaan yang bisa dikerjakan dalam satu hari dapat tertunda hingga dua hari disebabkan karyawan perlu melakukan klarifikasi terkait terminologi tersebut ke atasan. “Atasan saya biasanya merespon sehari atau dua hari setelah saya tanya. Jadi kerjanya bisa ketunda dulu, sampai atasan saya kasih respon.” (Perusahaan E)

Hal ini dapat memunculkan keluhan dari pelanggan. Karyawan akhirnya harus memberikan klarifikasi untuk mengatasi masalah tersebut dan seringkali melibatkan atasan untuk meyakinkan para pelanggan kembali.

### **Memperlambat proses transaksi ekspor-impor**

Banyaknya terminologi *freight forwarding* yang digunakan dalam *e-mail* korespondensi bisnis membuat karyawan

perlu waktu untuk memahami maksud *e-mail* korespondensi. Tidak jarang bagi karyawan baru untuk mendiskusikan terminologi yang belum dipahami kepada para atasan mereka. Dengan adanya hal ini, karyawan memerlukan waktu yang cukup untuk menangani suatu proses ekspor impor. Dengan demikian suatu proses kerja yang seharusnya dapat selesai dalam waktu yang singkat menjadi bertambah waktunya. Oleh sebab itu, karyawan perlu mengalokasikan waktu sekitar 30 menit untuk proses klarifikasi terminologi *freight forwarding*.

### **KESIMPULAN**

Dari analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa gaya korespondensi bisnis berupa *e-mail* berbahasa Inggris yang dilakukan oleh perusahaan *freight forwarding* dalam aktivitas ekspor impor cenderung tidak resmi, menggunakan banyak singkatan, dan komponen penyusunan *e-mail* sederhana. Terdapat beberapa kendala dalam melakukan korespondensi, yaitu minimnya pengetahuan tentang gaya penulisan *e-mail*, kurangnya kemampuan bahasa Inggris, dan kurangnya pengetahuan tentang istilah-istilah *freight forwarding*. Kendala-kendala yang dihadapi dalam korespondensi tersebut membawa dampak pada aktivitas ekspor impor berupa kerugian finansial, keterlambatan proses transaksi, dan adanya keluhan pelanggan.

Untuk meminimalisasi kendala-kendala dalam melakukan korespondensi bisnis berupa *e-mail* berbahasa Inggris, karyawan yang mengurus surat-menyurat hendaknya diberikan pelatihan korespondensi bisnis yang intensif agar dapat memahami susunan, gaya penulisan, dan pola korespondensi bisnis yang lazim digunakan di dunia bisnis internasional secara terperinci. Di samping itu, diperlukan juga pembekalan khusus bagi karyawan baru agar dapat memahami

terminologi yang digunakan dalam *freight forwarding* sehingga dapat meminimalisasi permasalahan yang terjadi Ketika mengurus korespondensi bisnis. Peningkatan kemampuan bahasa Inggris bagi karyawan khususnya yang menjalankan kegiatan korespondensi bisnis, perlu untuk dilakukan dengan mengikuti pelatihan bahasa Inggris khususnya terkait penulisan dan tata bahasa agar dapat melakukan korespondensi bisnis dengan baik.

Penelitian ini hanya dilakukan pada lima perusahaan *freight forwarding* yang berlokasi di DKI Jakarta. Oleh sebab itu, penelitian lebih lanjut dengan cakupan wilayah yang lebih luas perlu dilakukan agar mendapatkan variasi data yang lebih beragam sehingga hasilnya dapat dikonfirmasi dengan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, R. N., Kagan, A., & Zimmerman, T. (2010). Influence of email marketing on real estate agent performance. *Journal of Real Estate Literature*, 18(2).
- Ahmad, N. H., & Firmansyah, E. A. (2018). Suatu Tinjauan Atas Prosedur Penerimaan Barang Impor Dari Pelabuhan Muat Dengan Status Peti Kemas Full Container Load (Fcl). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 5(1), 38–48. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i1.19148>
- Al qudsy, I. (2017). *THE STUDY OF CORRESPONDENCE OF EXPORT – IMPORT FURNITURE BUSINESS IN JEPARA*. Muria Kudus University.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ayuningtyas, A. D., Setiawan, W., & Damayanti, T. (2012). Hubungan Kredibilitas Native Speaker Pada Program Dynamic Speaking Dengan Sikap Siswa Pada Bahasa Inggris. *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, 1(1), 1–10.
- Fatima, S. (2017). Business English and Business Correspondence: How to Structure an English Business Letter. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 6(11), 1348–1351. <https://www.ijsr.net/archive/v6i11/ART20178148.pdf>
- Huang, S. T., Bulut, E., & Duru, O. (2019). Service quality evaluation of international freight forwarders: an empirical research in East Asia. *Journal of Shipping and Trade*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/s41072-019-0053-6>
- Jamalzadeh, M., Behravan, N., & Masoudi, R. (2012). An empirical study of email based advertisement and its influence on consumers' attitude. *International Review of Management and Marketing*, 2(3), 130–138.
- Jones, L., & Alexander, R. (2011). *New International Business English* (2nd Editio). Cambridge University Press.
- Mohajan, & Haradhan. (2018). Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23–48.
- Nyzhnikova, L. V. (2011). *Business Correspondence and Office Work in English*. National University.
- Paniya. (2013). Kemampuan Korespondensi Ekspor-Impor Berbahasa Inggris dengan ' Content-Based Orientation ' bagi Mahasiswa Program D3 Kelas Akselerasi Program Studi Administrasi Bisnis. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 13(2), 101–110.
- Putria, N. E. (2014). Pengaruh Pemanfaatan Layanan E-Mail Billing Tagihan Terhadap Citra PT Pln Batam.

- CBIS Journal*, 2(2), 67–90.
- Quaresma, R. F. C., Silva, S. P. R. da, & Marreiros, C. G. (2013). E-Mail Usage Practices In Organizational Context: A Study With Portuguese Workers. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 10(1), 5–20. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752013000100001>
- Rachmania, I. M., & Mirahayuni, N. K. (2009). A Study of Features of Indonesian Business Correspondence E-Mails. 09(02), 11–21.
- Sani, A. (2018). FUNGSI KONTRAK DAGANG DALAM TRANSAKSI EKSPOR IMPOR. *Ekonomi Bisnis*, 24(1). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.33592/jeb.v24i1.201>
- Sundari, M. (2018). Peran Perusahaan Logistik Dalam Menunjang Aktivitas Pengiriman Barang. *Journal of Business Studies*, 3(2), 1–16. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta>
- Supardi, E., & Nurjanah. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Freight Forwarding Freight Forwarding Liability Insurance. *Competitive*, 14(2), 45–51.
- Sviatiuk, Y. V. (2015). Business Correspondence Style and Format. *International Scientific Journal Theoretical & Applied Science*, 29(09), 83–88. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15863/TAS.2015.09.29.18>
- Wati, A. W. (2018). Peranan Freight Forwarder Dalam Menunjang Aktivitas Ekspor Antar Negara Melalui Jalur Laut Dan Udara. *Journal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(1), 20. <http://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/2443/1927>
- Xu, B. (2012). An analysis of English business letters from the perspective of interpersonal function. *English Language Teaching*, 5(7), 75–80. <https://doi.org/10.5539/elt.v5n7p75>
- Yu, Z., & Fu, Y. (2014). A Study on the Characteristics and Writing Principles of Business Correspondence. *Proceedings of the International Conference on Education, Language, Art and Intercultural Communication*, 3(Iceland), 369–372. <https://doi.org/10.2991/icelaic-14.2014.93>
- Zhaohui, W., & Liping, J. (2017). A Case Study of Business Correspondence English Curriculum Standard Development under the Guidance of ESP Theories. *American Research Journal of English and Literature*, 1, 7–9. <https://doi.org/10.21694/2378-9026.16011>