

## IMPLEMENTASI ETIKA BERBAHASA INDONESIA DALAM KOMUNIKASI BISNIS DI PERKANTORAN

Gianita Aulia Zahra<sup>1</sup>, Gita Pramesti<sup>2</sup>, Grace Bryned Sawaki<sup>3</sup>, Hafizh Bahrul Hayat<sup>4</sup>,  
Hanifah Lutfiah<sup>5</sup>, Hany Maryati<sup>6</sup>, Mochamad Whilky Rizkiyanfi<sup>7</sup>

<sup>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7</sup>Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudi No.229, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

Email: [gianitaaulia.14@upi.edu](mailto:gianitaaulia.14@upi.edu)

---

### Article History

Received: 30-04-2025

Revision: 10-05-2025

Accepted: 14-05-2025

Published: 17-05-2025

**Abstract.** This study aims to examine the implementation of ethical use of the Indonesian language in business communication within office environments. This research uses a qualitative approach with a descriptive method, examining various literature and relevant documents to understand how the use of polite, clear, rule-compliant, and empathetic language can strengthen the effectiveness of internal communication. Data were collected through a literature study and analyzed using content analysis techniques and triangulation to ensure the validity of the findings. The sources of data used include relevant documents and literature such as journals, scientific articles, and books. The results indicate that the implementation of ethical language use in Indonesian strengthens professional relationships, enhances organizational image, and fosters a harmonious work atmosphere. This study emphasizes the importance of mastering proper Indonesian in business as part of a strategy to build a professional and effective communication culture in the era of globalization.

**Keywords:** Language Ethics, Business Communication, Indonesian Language, Communication Ethics, Office Environment

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan etika berbahasa Indonesia dalam komunikasi bisnis di lingkungan perkantoran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, penelitian ini mengkaji berbagai literatur dan dokumen relevan untuk memahami bagaimana penggunaan bahasa yang sopan, jelas, sesuai kaidah, dan empatik dapat memperkuat efektivitas komunikasi internal. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan dianalisis menggunakan teknik analisis isi serta triangulasi untuk menjamin validitas temuan. Sumber data yang digunakan berupa dokumen dan literatur relevan seperti jurnal, artikel ilmiah, dan buku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika berbahasa Indonesia mampu meningkatkan hubungan profesional, memperkuat citra organisasi, serta menciptakan suasana kerja yang harmonis. Penelitian ini menegaskan pentingnya penguasaan bahasa Indonesia yang baik dalam dunia bisnis sebagai bagian dari strategi membangun budaya komunikasi yang profesional dan efektif di era globalisasi.

**Kata Kunci:** Etika Berbahasa, Komunikasi Bisnis, Bahasa Indonesia, Etika Komunikasi, Perkantoran

---

**How to Cite:** Zahra, G. A., Pramesti, G., Sawaki, G. B., Hayat, H. B., Lutfiah, H., Maryati, H., & Rizkiyanfi, M. W. (2025). Implementasi Etika Berbahasa Indonesia dalam Komunikasi Bisnis di Perkantoran. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (3), 3044-3050. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i3.3075>

---

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang pesat telah mendorong persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Untuk tetap unggul dalam kompetisi tersebut, pelaku usaha tidak hanya dituntut menghadirkan produk dan layanan yang berkualitas, tetapi juga membangun kepercayaan dan citra positif

melalui komunikasi yang efektif. Dalam konteks perkantoran, komunikasi internal yang baik menjadi fondasi penting dalam menjalankan aktivitas bisnis sehari-hari. Salah satu aspek yang berperan besar dalam efektivitas komunikasi tersebut adalah penggunaan bahasa yang tepat dan penerapan etika berkomunikasi. Etika komunikasi menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi positif terhadap perusahaan, baik di mata karyawan maupun pemangku kepentingan internal lainnya. Menurut Wilfridus J. S. Poerwadarminta dalam Adinda (2022), etika merupakan ilmu yang mempelajari perilaku manusia yang dinilai baik dan buruk berdasarkan sudut pandang manusia itu sendiri. Dalam ranah komunikasi bisnis di lingkungan kantor, etika menjadi landasan dalam menyampaikan pesan yang sopan, jelas, dan tidak menyinggung, sehingga mendukung terciptanya suasana kerja yang harmonis dan produktif.

Penggunaan Bahasa Indonesia secara etis dan profesional dalam komunikasi bisnis tidak hanya mencerminkan karakter dan kredibilitas individu, tetapi juga mencerminkan citra organisasi secara keseluruhan. Sebagaimana dikemukakan oleh Risdayani et al. (2024), bahasa Indonesia memiliki peran penting dalam meningkatkan transparansi dan kualitas komunikasi organisasi, termasuk dalam pelaporan keuangan. Lebih lanjut, Rahma et al. (2024) menegaskan bahwa kemampuan berbahasa Indonesia yang baik dapat memperkuat karakter individu sekaligus mendukung keberhasilan organisasi. Sarah Robiatul Adawiyah et al. (2024) menambahkan bahwa bahasa dalam komunikasi bisnis berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi utama, tetapi juga sebagai sarana promosi, branding, marketing, hingga perluasan jaringan bisnis.

Penelitian ini difokuskan pada komunikasi internal di lingkungan kantor, yang mencakup pertukaran informasi antaranggota organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Safitri et al. (2019) menyebutkan bahwa komunikasi internal adalah proses yang memungkinkan penyampaian pesan antarindividu dalam organisasi demi mendukung operasional organisasi itu sendiri. Agustini dan Purnaningsih (2018) menjelaskan bahwa komunikasi internal juga berfungsi membangun hubungan emosional antara karyawan dan organisasi melalui keterlibatan dan komitmen.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatannya yang menggabungkan aspek bahasa dan etika secara integratif, untuk menganalisis efektivitas komunikasi internal dalam perkantoran. Pendekatan ini masih jarang ditemukan dalam kajian sebelumnya yang umumnya menitikberatkan pada satu aspek. Tewal (2017) menegaskan bahwa komunikasi yang efektif merupakan pertukaran informasi dua arah yang memungkinkan pesan dipahami secara utuh oleh kedua belah pihak. Semakin baik kualitas komunikasi tersebut, semakin tinggi pula efisiensi dan produktivitas organisasi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini

bertujuan untuk mengkaji bagaimana peran bahasa dan etika mendukung efektivitas komunikasi di lingkungan bisnis perkantoran, serta merumuskan strategi komunikasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan secara praktis.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam fenomena penggunaan etika berbahasa dalam komunikasi bisnis, khususnya di lingkungan perkantoran. Objek penelitian adalah praktik komunikasi bisnis yang mencerminkan etika berbahasa, sedangkan subjeknya berupa dokumen dan literatur relevan seperti jurnal, artikel ilmiah, dan buku. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data, dengan bantuan pedoman telaah literatur. Data dikumpulkan melalui studi literatur untuk memperoleh pemahaman teoritis yang mendalam, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi untuk mengidentifikasi pola dan tema, serta metode triangulasi guna memastikan validitas dan akurasi hasil penelitian.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Penelitian ini menghasilkan temuan mengenai penerapan etika berbahasa Indonesia dalam komunikasi bisnis di lingkungan perkantoran. Proses pengumpulan data dimulai dengan penelusuran teori dan studi pustaka secara daring. Analisis dilakukan secara non-interaktif dan berkesinambungan untuk menemukan berbagai sumber pustaka yang relevan. Teknik analisis data disesuaikan dengan tahapan penelitian agar data yang diperoleh dapat digunakan untuk mengkaji temuan-temuan yang berkaitan dengan penerapan etika berbahasa dalam konteks komunikasi bisnis di kantor. Seluruh data kemudian disusun secara sistematis berdasarkan jenis informasi yang diperlukan, lalu dianalisis melalui proses pembacaan dan pemahaman yang mendalam.

Etika bisnis merupakan cabang dari etika terapan yang fokus pada pengelolaan serta peninjauan kebijakan moral dan etika dalam suatu perusahaan. Etika ini mengevaluasi bagaimana perusahaan menyikapi isu-isu moral dan etis serta mengidentifikasi kelemahan dalam proses internalnya. Ruang lingkupnya mencakup seluruh kegiatan bisnis, mulai dari proses produksi, manajemen, keuangan, hingga pemasaran, dan dapat diterapkan di berbagai sektor industri. Pendekatannya bisa bersifat deskriptif maupun preskriptif. Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peranan yang krusial dalam membangun perusahaan yang kuat, kompetitif, dan mampu menciptakan nilai secara optimal. Untuk mencapainya, dibutuhkan fondasi yang solid, dimulai dari perencanaan strategis yang matang, struktur organisasi yang

efektif, prosedur yang transparan, budaya perusahaan yang kuat, serta penerapan etika secara konsisten dan bertanggung jawab.

Bahasa Indonesia dalam dunia manajemen perkantoran tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan juga menjadi simbol pemersatu identitas budaya dalam lingkungan profesional (Pratiwi et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Indonesia secara baik menjadi salah satu aspek yang memperkokoh citra institusi di mata publik. Dalam dunia bisnis, komunikasi yang efektif menjadi faktor penting dalam mencapai kesuksesan. Seorang pemimpin yang berintegritas harus menguasai komunikasi verbal dan memahami peran komunikasi non-verbal, karena keduanya saling melengkapi dalam menyampaikan pesan secara utuh dan meyakinkan. Komunikasi verbal sendiri melibatkan penggunaan bahasa lisan maupun tulisan, seperti dalam presentasi, rapat, percakapan telepon, email, dan laporan tertulis (Puspa, 2024).

Namun demikian, tantangan besar muncul akibat keragaman bahasa dan budaya di Indonesia yang semakin kompleks, serta pengaruh globalisasi yang menyebabkan hambatan dalam membangun komunikasi yang inklusif (Pratiwi et al., 2024). Kondisi ini menuntut adanya strategi komunikasi adaptif di lingkungan bisnis perkantoran. Menurut Yang et al., (sebagaimana dikutip dalam Arisandi, 2023) menyatakan bahwa dalam interaksi sehari-hari seperti percakapan santai atau pesan teks, penggunaan tata bahasa sering diabaikan. Namun, dalam konteks bisnis, tata bahasa memegang peranan yang sangat penting. Penggunaan bahasa yang tepat, terstruktur, dan sesuai dengan kaidah kebahasaan dapat mencerminkan citra profesional suatu perusahaan serta memperkuat kredibilitasnya di mata mitra maupun pelanggan. Penerapan etika berbahasa dalam interaksi profesional turut dipengaruhi oleh variabel seperti usia, jabatan, situasi, dan tempat berlangsungnya komunikasi (Supriadin, 2022). Sebaliknya, penyampaian pesan dengan bahasa yang tidak sesuai norma dapat menimbulkan persepsi negatif, bahkan diasosiasikan dengan sikap tidak disiplin, tergesa-gesa, atau kurangnya perhatian terhadap detail. Seperti, penggunaan bahasa Indonesia yang kurang sesuai dengan kaidah dalam surat resmi dapat mencerminkan rendahnya profesionalitas lembaga, sehingga diperlukan pelatihan berkelanjutan tentang tata bahasa dan etiket surat-menyurat (Herawati & Mulyaningsih, 2019). Oleh karena itu, kemampuan berkomunikasi secara jelas dan menggunakan bahasa yang sesuai menjadi syarat esensial untuk merepresentasikan komitmen profesional suatu organisasi (Supriadin et al., 2023).

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi etika berbahasa Indonesia dalam komunikasi bisnis di perkantoran dilakukan melalui penggunaan bahasa yang sopan, jelas, dan sesuai kaidah kebahasaan. Data diperoleh melalui kajian pustaka dengan penelusuran teori dan

hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Hasil analisis menemukan bahwa penggunaan bahasa yang beretika mampu meningkatkan efektivitas komunikasi, mempererat hubungan profesional, serta menciptakan suasana kerja yang harmonis di lingkungan perkantoran. Berikut beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan dalam komunikasi bisnis di perkantoran, yaitu:

**Tabel 1.** Aspek etika berbahasa

<b>Aspek Etika Berbahasa</b>	<b>Contoh Implementasi di Perkantoran</b>
Kesopanan Kejelasan	Menggunakan sapaan formal dan bahasa yang santun Menyampaikan pesan dengan struktur kalimat yang logis dan tidak berbelit-belit
Sesuai Kaidah	Menggunakan tata bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai EYD (Ejaan Yang Disempurnakan)
Empati dalam komunikasi	Menyesuaikan gaya bahasa dengan kondisi lawan bicara, seperti menggunakan bahasa yang lebih sederhana untuk karyawan baru

Tabel di atas menggambarkan empat aspek utama etika berbahasa Indonesia dalam komunikasi bisnis di perkantoran. Pertama, kesopanan tercermin melalui penggunaan sapaan resmi dan penghindaran penggunaan kata-kata yang tidak pantas. Kedua, kejelasan dalam berbahasa menjadi kunci untuk menghindari kesalahpahaman dalam penyampaian informasi. Ketiga, ketaatan terhadap kaidah bahasa Indonesia penting untuk menjaga profesionalisme dan kredibilitas perusahaan. Terakhir, empati dalam komunikasi bisnis mendorong penyesuaian gaya bahasa agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh semua kalangan di lingkungan kerja. Pelaksanaan etika komunikasi dalam kantor idealnya didasari oleh kesadaran individu terhadap posisi dan tanggung jawab masing-masing, sehingga tercipta budaya organisasi yang harmonis (El-Kafi, 2023).

Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang umumnya membahas etika komunikasi dalam konteks umum, tanpa fokus pada penggunaan Bahasa Indonesia secara spesifik dalam dunia bisnis perkantoran. Kajian terdahulu lebih banyak menyoroti aspek komunikasi verbal dan nonverbal dalam lingkungan bisnis berskala internasional atau lintas budaya, di mana penggunaan bahasa asing seperti bahasa Inggris sering menjadi sorotan utama (Fauziah & Kurniawan, 2020). Sebaliknya, penelitian ini secara khusus menekankan pentingnya penerapan Bahasa Indonesia yang sesuai dengan kaidah etika berbahasa dalam komunikasi bisnis internal. Fokus ini memperkuat urgensi untuk menjadikan Bahasa Indonesia tidak hanya sebagai alat komunikasi administratif, tetapi juga sebagai bahasa yang mampu mencerminkan etika, profesionalisme, dan identitas budaya organisasi.

Selain itu, penelitian ini relevan dengan fenomena dominasi bahasa asing dalam dunia kerja modern, di mana penggunaan istilah dan gaya bahasa asing sering dianggap lebih profesional. Hal ini, secara tidak langsung, telah menggeser posisi Bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi negara yang seharusnya menjadi alat komunikasi utama di lembaga formal, termasuk di kantor pemerintahan dan swasta. Sebagaimana dinyatakan oleh Kuswanti (2022), dalam konteks globalisasi, penting bagi bangsa Indonesia untuk mempertahankan eksistensi Bahasa Indonesia sebagai simbol kedaulatan dan pemersatu bangsa, termasuk dalam praktik komunikasi profesional.

Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru yang tidak hanya menyoroti fungsi Bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi, tetapi juga menggarisbawahi urgensi pelestarian bahasa nasional dalam konteks profesional modern. Penelitian ini memposisikan Bahasa Indonesia bukan sebagai penghambat modernisasi, tetapi sebagai medium untuk membangun budaya komunikasi yang efektif, sopan, dan profesional di lingkungan kerja. Pendekatan ini sejalan dengan pemikiran Saputra dan Yuliana (2023) yang menyatakan bahwa pelestarian bahasa nasional melalui praktik profesional di perkantoran merupakan bagian dari strategi komunikasi yang mampu memperkuat karakter dan citra organisasi.

## **KESIMPULAN**

Etika berkomunikasi dalam bisnis sangat penting bagi pandangan konsumen, maka dari itu setiap individu dalam kantor harus mempunyai dasar etika baik yang di dasari dari kesadaran diri sendiri. Penggunaan bahasa yang tepat, terstruktur, dan sesuai dengan kaidah kebahasaan dapat mencerminkan citra profesional suatu perusahaan. Penggunaan bahasa Indonesia yang baik bukan hanya mencerminkan karakter individu, tetapi juga mencerminkan organisasi. Kurangnya etika berbahasa Indonesia dalam kantor mencerminkan kurangnya profesionalitas organisasi tersebut. Interaksi sehari-hari seperti percakapan santai atau pesan teks, penggunaan tata bahasa sering diabaikan. Namun dalam konteks bisnis, tata bahasa memegang peranan yang sangat penting.

Adapun aspek utama etika berbahasa Indonesia dalam komunikasi bisnis di perkantoran yaitu: Pertama, kesopanan tercermin melalui penggunaan sapaan resmi dan penghindaran penggunaan kata-kata yang tidak pantas. Kedua, kejelasan dalam berbahasa menjadi kunci untuk menghindari kesalahpahaman dalam penyampaian informasi. Ketiga, ketaatan terhadap kaidah bahasa Indonesia penting untuk menjaga profesionalisme dan kredibilitas perusahaan. Terakhir, empati dalam komunikasi bisnis mendorong penyesuaian gaya bahasa agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh semua kalangan di lingkungan kerja.

**REFERENSI**

- Adinda, R. (2022). Pengertian etika: Definisi, manfaat, tujuan, dan jenis-jenisnya. Gramedia.com.
- Agustini, N. A., & Purnaningsih, N. (2018). Pengaruh komunikasi internal dalam membangun budaya organisasi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 89–108. <https://doi.org/10.46937/16201825198>
- Arisandi, D. (2023). *Komunikasi bisnis (Teori dan konsep)* (M. Y. Sianipar, Ed.). CV Media Sains Indonesia.
- El-Kafi, A. H. (2023). Penjaminan mutu IAIN Madura mulai dari penerimaan, penutupan, pengolahan, penyimpanan, dan pendistribusian. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(1), 1686.
- Herawati, L., & Mulyaningsih, I. (2019). Penggunaan bahasa Indonesia pada surat resmi di Kantor Kementerian Agama Kota Cirebon. *Indonesian Language Education and Literature*, 5(1), 114. <https://doi.org/10.24235/ileal.v5i1.5239>
- Pradani, S. P. N., Wardani, P. A., Afifah, N. N., Sahesti, I., Tivan, K., & Arum, D. P. (2024). Komunikasi lintas budaya: Strategi pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam pertemuan bisnis. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i2.2337>
- Rahma, Z., Zulfri, A., Chintia, A., Hutauruk, N., & Fonataba, P. W. (2024). Peran Bahasa Indonesia terhadap komunikasi kepemimpinan di dalam manajemen organisasi perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Komunikasi*, 4, 3999–4011.
- Puspa, R. (2024). Etika dan komunikasi dalam bisnis: Kunci menjadi pemimpin yang berintegritas. CV Eureka Media Aksara.
- Risdayani, E., Ria, B., Sirait, L., Tambunan, E., & Siregar, J. (2024). Peran Bahasa Indonesia dalam mendukung keakuratan dan kejelasan dalam bidang akuntansi: Membangun komunikasi yang efektif dalam laporan keuangan. *Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi*, 7(12), 242–248.
- Safitri, R. A., Risaldi, B. T., & Oktaviani, M. (2019). Pengaruh komunikasi internal organisasi terhadap motivasi kerja pegawai Biro Humas Kementerian Perindustrian. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(2), 157–170. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i2.63>
- Adawiyah, S. R., Karim, D. A., & Fitria, S. (2024). Peran dan fungsi bahasa sebagai komponen utama dalam komunikasi bisnis. *Jurnal Pendidikan Islam dan Manajemen Ekonomi*, 2(1), 53–59. <https://doi.org/10.62495/jpime.v2i1.15>
- Supriadin, M. I., & Rahman, R. (2023). Pembinaan penggunaan bahasa Indonesia tulis pada A. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(1), 2180–2183.
- Supriadin. (2022). Etika berbahasa Indonesia pada masyarakat kalangan ekonomi menengah. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Mandala Nusa*, 7(2), 513–519. <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JUPE/index>
- Pratiwi, T. A., Shaharani, Y., Ayudia, I., Azzam, A., & Rahman, M. W. (2024). Bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi utama dalam mahasiswa manajemen perkantoran. *Jurnal Pendidikan Multidisipliner*, 7(April), 61–67.