

## KOMUNIKASI BISNIS BERBAHASA MANDARIN SEBAGAI SARANA TRANSAKSI DAGANG DI PT SKM (SUMATERA KARYA MAKMUR)

Oleh :

Ribka Sujana<sup>1)</sup>, Sepia Nurjannah<sup>2)</sup>, Diwanta<sup>3)</sup>, Ivana Wijaya<sup>4)</sup>, Feby Yoana Siregar<sup>5)</sup>, Jessy Chen<sup>6)</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Prima Indonesia

<sup>6</sup> Universitas Sumatera Utara

email: ivanawijaya92@gmail.com

### Informasi Artikel

#### Riwayat Artikel :

Submit, 5 Agustus 2024

Revisi, 29 Agustus 2024

Diterima, 7 September 2024

Publish, 15 September 2024

#### Kata Kunci :

Komunikasi Bisnis,

Bahasa Mandarin,

Transaksi Dagang.

### ABSTRAK

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk memahami cara menggunakan Bahasa Mandarin untuk komunikasi bisnis dalam transaksi pembelian barang, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kelancaran komunikasi bisnis, dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam komunikasi bisnis dan cara mengatasinya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode observasi, metode wawancara, studi pustaka, dan metode dokumen, yang sebagian besarnya dilakukan dengan metode wawancara. Ada 2 hal pokok yang harus diperhatikan agar komunikasi bisnis berbahasa mandarin dapat berjalan dengan lancar. Pertama adalah penguasaan Bahasa Mandarin bisnis dan yang kedua adalah kemampuan untuk dapat memahami dasar psikologi lawan bicara. Kendala dari faktor bahasa dapat dilihat dari adanya pemahaman kosakata bisnis yang kurang, kalimat yang terlalu panjang, kalimat ambigu, kalimat dengan tata bahasa yang tidak lengkap dan peribahasa. Kendala ini dapat diatasi dengan terus belajar dan memperkaya khasanah bahasa Mandarin dalam bidang bisnis, mencari di kamus atau internet, atau bertanya langsung dengan lawan bicara kita. Sedangkan dari faktor psikologi, kendala dapat dilihat saat harus berhadapan dengan orang yang pasif, tidak sabaran, atau orang yang sulit diajak berkompromi.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license*



### Corresponding Author:

Nama: Ivana Wijaya

Afiliasi: Universitas Prima Indonesia

Email: ivanawijaya92@gmail.com

### 1. PENDAHULUAN

Saat ini kita berada dalam sebuah era yang sering disebut era globalisasi. Era globalisasi memiliki ciri yaitu keterbukaan, persaingan, dan saling ketergantungan antara satu bangsa dengan yang lain. Untuk dapat menghubungkan interaksi dan komunikasi antar bangsa, saat ini penguasaan bahasa asing menjadi sebuah kebutuhan utama. Dapat dikatakan agar dapat bertahan di era globalisasi ini, masyarakat harus mampu menguasai bahasa asing dan salah satunya adalah bahasa Mandarin. Saat ini negara Tiongkok menduduki peringkat ketiga sebagai investor terbesar di Indonesia (Pratama, 2019).

Tiongkok yang melakukan ekspansi ke negara-negara berkembang salah satunya adalah Indonesia.

Didukung kembali oleh perkataan dari Mark Zuckerberg yang merupakan seorang CEO dari Facebook juga mengakui bahwa salah satu alasan ia mempelajari bahasa Mandarin karena kemampuan tersebut mampu membantunya untuk mendekati dunia pasar Tiongkok (Widiartanto, 2015). Dalam CNBC juga menyatakan bahwa adanya kerugian besar di bidang bisnis akibat kurangnya kemampuan dalam berbahasa Mandarin dan hal ini sudah sempat dialami oleh pengusaha asal India yaitu Navin Thantry (Deil, 2013). Beberapa data ini menunjukkan bahwa bahasa Mandarin merupakan hal yang penting untuk dipelajari, khususnya pada bidang bisnis.

Perdagangan internasional adalah salah satu cara utama untuk meningkatkan GDP (*Gross*

*Domestic Product*) suatu negara. Perdagangan internasional juga dapat mendorong industrialisasi, kemajuan transportasi, globalisasi dan meningkatkan kehadiran perusahaan multinasional, serta sebagai salah satu sarana untuk mempererat hubungan suatu negara dengan negara lain.

Sadar akan kebutuhan yang besar ini, setiap negara kemudian berusaha untuk menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan negara lain. Tak terkecuali Indonesia, setelah keikutsertaannya dalam suatu komunitas perdagangan dan ekonomi di wilayah ASEAN yang bernama AFTA (*Asean Free Trade Area*) dan komunitas perdagangan dan ekonomi di kawasan Asia Tenggara ditambah dengan China yang bernama ACFTA (*ASEAN-China Free Trade Area*), yang dalam bahasa mandarin juga disebut 中国 - 东盟自由贸易区 (*Zhōngguó dōngméng zìyóu Mào yì qū*), maka Indonesia mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk melakukan kerjasama ekonomi dan perdagangan dengan negara lain di pasar internasional.

Sejak itu, income Indonesia mulai menunjukkan peningkatan yang berarti. Pada tahun 2011 kemarin, Lembaga Peningkat Ekonomi Dunia menaikkan peringkat Indonesia ke level "Investment Grade". Dengan disandanginya posisi ini maka menempatkan Indonesia sejajar dengan negara-negara maju lainnya di dunia. Secara otomatis pula, negara-negara maju di dunia mulai melirik Indonesia sebagai tempat yang potensial untuk berinvestasi. Akibatnya, mulai banyaknya pemodal asing yang menanamkan modalnya di Indonesia, perdagangan internasional semakin ramai, hubungan dagang antara Indonesia dan negara lain pun semakin erat. Salah satu negara Asia yang menjalin kerjasama terbesar dengan Indonesia adalah China.

Kekuatan ekonomi China yang terus meningkat belakangan ini, menjadikan China sebagai salah satu raksasa Asia. Dengan menjalarnya produk buatan dari China telah menjadi fenomena umum di Indonesia, tidak hanya dari produksi alat-alat berat saja, bahkan sampai pada produk yang kecil, mulai dari permen, susu, kain, barang elektronik, dan lain-lain. Produk dari China ini terus mendapat sambutan yang luar biasa bagus dari konsumen di Indonesia, alasan utamanya tidak lain adalah harganya yang murah dibandingkan dengan produk buatan dalam negeri atau produk negara lain. Walaupun memang dari segi kualitas, produk China masih kalah dibanding produk lainnya, tapi itu tidak mempengaruhi pola konsumerisme masyarakat Indonesia terhadap produk buatan China.

Mengingat akan banyaknya lagi hubungan ekonomi dan perdagangan yang akan dilakukan oleh Indonesia dan China ini ke depannya, oleh karenanya perusahaan-perusahaan di Indonesia merasa harus mulai meningkatkan kinerja mereka. Baik peningkatan sumber daya manusianya maupun peningkatan teknologi yang digunakan.

Demi menjamin kelancaran transaksi dagang, selalu ada hal yang tidak dapat dipisahkan, hal itu adalah pemahaman komunikasi bisnis yang baik. Untuk dapat melakukan suatu komunikasi bisnis yang baik, seorang tenaga kerja dituntut untuk memiliki kemampuan berbahasa yang baik, dalam konteks ini adalah kemampuan berbahasa Mandarin. Mengingat latar belakang sejarah pendidikan di China yang tidak mengutamakan Bahasa Inggris sebagai bahasa yang utama di sana. Tidak aneh jika banyak orang China, khususnya para generasi di atas kita banyak yang tidak fasih berbahasa Inggris. Dewasa ini, perkembangan Bahasa Mandarin, khususnya di Indonesia sendiri mengalami kemajuan yang sangat signifikan.

Persaingan lapangan pekerjaan yang sangat ketat dewasa ini, banyak yang mengharuskan seorang tenaga kerja memiliki kemampuan berbahasa mandarin yang baik. Dengan peran bahasa mandarin yang besar ini telah menjadikan Bahasa Mandarin menjadi bahasa internasional kedua setelah Bahasa Inggris. Bahkan, pemerintah Indonesia melalui Menteri Pendidikannya, telah mulai menggalakkan dan memberi penyuluhan kepada sekolah-sekolah lebih dini untuk memasukkan Bahasa Mandarin ke dalam kurikulumnya.

Dalam komunikasi bisnis, bagaimana kita mengolah bahasa asal menjadi bahasa yang dapat dimengerti oleh penerima, bagaimana kita memahami struktur bahasa yang tepat, bagaimana mengantisipasi adanya penggunaan struktur bahasa yang spesial, seperti bahasa ambigu dan peribahasa, kesemuanya ini termasuk dalam faktor bahasa. Di sini penguasaan Bahasa Mandarin yang baik oleh seorang tenaga kerja menduduki peran yang sangat penting.

Dari uraian dan fenomena diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "*Komunikasi Bisnis Berbahasa Mandarin Sebagai Sarana Transaksi Dagang Di PT. SKM (Sumatera Karya Makmur)*".

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus untuk menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hal tersebut sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan, mengelaborasi, serta menyimpulkan berbagai kondisi. Situasi yang berbeda atau variabel yang berbeda yang terjadi di masyarakat menjadi objek atau fenomena yang biasa terjadi dalam masyarakat dan tidak memerlukan hipotesis (Bungin, 2013). Penelitian deskriptif kualitatif berbentuk pernyataan bukan angka. Hal tersebut digunakan karena penelitian ini tidak berdasarkan dengan nilai-nilai yang dapat dihitung melalui angka-angka dan memiliki teori atau pendekatan untuk menilainya. Titik pengamatan adalah sesuatu yang digunakan sebagai sumber informasi untuk menggambarkan suatu analisis (Ihalauw dalam Imaniar, 2016). Unit yang akan dianalisis untuk diteliti dapat berupa

individu, kelompok atau lingkungan peristiwa sosial (Hamidi, 2005). Unit amatan dalam penelitian ini adalah memeriksa bagaimana komunikasi bisnis berbahasa mandarin diimplementasikan dalam praktik sehari-hari. Unit analisis dalam penelitian ini adalah menilai sejauh mana komunikasi bisnis berbahasa mandarin meningkatkan efektivitas transaksi dagang di PT SKM (Sumatera Karya Makmur).

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode observasi, dokumentasi dan wawancara, yang mengharuskan data untuk dapat diperoleh sehingga memenuhi syarat-syarat tertentu agar tidak berbeda dengan penelitian.

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yaitu informasi yang dikumpulkan berdasarkan pengamatan, wawancara, dokumen (dokumen) dan informasi yang sistematis akan diurutkan berdasarkan informasi yang penting dan yang perlu dipelajari agar dapat ditarik kesimpulan dengan mudah. Penelitian ini juga berupa informasi berupa deskripsi dalam analisisnya yang memerlukan penalaran induktif dengan teknik analisis yang dilakukan melalui beberapa langkah yang telah ditentukan yaitu, Identifikasi, klasifikasi dan kemudian interpretasi melalui penjelasan deskriptif. Metode penalaran induktif didasarkan pada fakta-fakta tertentu, peristiwa-peristiwa tersebut merupakan generalisasi yang memiliki ciri-ciri umum (Lexy J. Moleong, 2007).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan transaksi dagang, dalam hal ini dengan pihak Mandarin, seorang tenaga kerja harus mampu menguasai komunikasi bisnis dengan baik, karena peran tenaga kerja tidak hanya menyangkut transaksi dagang yang harus dilakukan, tetapi, ia juga harus dapat mempertanggungjawabkan dan melaporkan tindakan yang dilakukannya kepada perusahaan. Komunikasi bisnis dikatakan berhasil apabila suatu proses transaksi dagang itu menghasilkan hasil berupa kesepakatan antar kedua belah pihak atas sesuatu yang ditransaksikan. Untuk itu, ada 2 faktor utama dalam komunikasi bisnis yang perlu diperhatikan yaitu faktor bahasa dan faktor psikologi. Menurut jenisnya, bahasa dibedakan menjadi bermacam-macam. Ada bahasa formal dan bahasa tidak formal. Dalam melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Sumatera Karya Makmur, bahasa yang penulis gunakan untuk bertransaksi adalah bahasa semi formal. Ini dikarenakan karena media yang penulis gunakan adalah media untuk berkomunikasi secara oral, tetapi mengingat pembicaraan yang dilakukan masih dalam konteks bisnis, maka bahasa yang digunakan semaksimal mungkin harus menggunakan bahasa formal. Bahasa tak formal yang dapat ditemukan dalam transaksi dagang ini antara lain dalam penggunaan partikel dan huruf tawa. Contohnya :

a. 嘿嘿。我知道我可以相信你。谢谢罗先生的很大帮助。

Terjemahan: **Hehe.** Saya tahu saya dapat mempercayai Anda. Terima kasih atas bantuan Mr.Luo yang sangat banyak ini.

b. “将” => “讲”，看我打错字了。哈哈。千万别因为我打错字误导了你。

Terjemahan: “Jiang” seharusnya adalah “berbicara”, saya sudah salah ketik. **Haha.** Jangan sampai dikarenakan saya salah ketik lalu membuat Anda bingung.

c. 哦，现在我明白了。.....

Terjemahan: **Oh,** sekarang saya mengerti. ....

d. 好的。谢谢。时间不早了。暂时谈到这儿吧。

Terjemahan: Baiklah, terima kasih. Waktu sudah larut. Pembicaraan kita sementara sampai di sini dulu **lah.**

Selain penggunaan partikel dan huruf tawa, seperti yang kita ketahui, setiap “ladang” profesi memiliki gaya berbicara masing-masing, dokter dengan gaya berbicara medis mereka, politikus dengan gaya berbicara politis mereka, dan sebagainya. Tak terkecuali dalam komunikasi bisnis, gaya bahasa yang kita gunakan akan berbeda dengan gaya berbicara kita sehari-hari. Bahasa komunikasi bisnis mengenal adanya gaya bicara santun dan gaya pembicaraan yang bersifat bujukan.

Contohnya :

a. 罗先生太过奖了。我可不敢当。

Terjemahan: Mr.Luo terlalu memuji. Saya tidak berani menerimanya.

b. 张小姐，上午好！我叫Rojinke罗，是公司的营销部负责人的。认识你很高兴。

Terjemahan: Selamat siang, Nona Zhang! Nama saya Rojinke Luo, saya dari bagian pemasaran perusahaan. Senang berkenalan dengan Anda.

Untuk menciptakan suasana yang kondusif dan nyaman, kita harus mengerti dasar psikologi lawan bicara kita. Dasar psikologi primer dapat kita lihat dari umur, jenis kelamin. Sedangkan dasar psikologi sekunder dapat kita lihat dari gaya bicara, gerak gerik, mimik muka, kebiasaan lawan bicara kita. Dalam konteks Praktik Kerja Lapangan yang penulis lakukan, penulis tidak bertatap muka langsung dengan lawan bicara, maka untuk mengetahui karakter sekunder lawan bicara, penulis hanya dapat dengan mengamati cara berbicara dan *attitude*/sikap yang terlihat kentara dari mereka.:Contoh dialognya adalah :

Mr.Luo :

“这些报价比任何地方更低得多。当你在考虑对比价格时，首先必须把一切都要考虑进去。比如说：残损的、安全保险的等。我们的价格几乎少于竞争对手30%”

Terjemahan:

“Harga yang kami berikan dibandingkan harga di tempat lain lebih murah banyak. Sebelum Anda

membandingkan harga yang kami tawarkan, pertama-tama Anda juga harus memikirkannya secara keseluruhan. lain-lain. Harga kami dibandingkan kompetitor yang lain sudah lebih rendah 30%”.

Selama penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Sumatera Karya Makmur, didapatkanlah 2 faktor utama di dalam komunikasi bisnis berbahasa Mandarin yang mempengaruhi kelancaran suatu transaksi dagang. Kedua faktor itu adalah faktor bahasa dan faktor psikologi.

Faktor ini meliputi pemahaman penulis mengenai kalimat yang penulisannya terlalu panjang. 好的。首先我将简要介绍一下沙发和床的产品特点。我们拥有采用先进技术并符合国际睡眠产品协会（ISPA）标准的高质量床和沙发产品。凭借43年的经验，所有产品均采用最新技术制造，因此使用非常舒适。PT SKM还生产了一些在市场上非常知名的品牌，如：OCEAN、HELUX、ANGEL、TITOV和OCEAN FOAM。我们的产品已出口到多个国家，如马来西亚、新加坡、迪拜、印度等，且远不止这些。

Terjemahan:

Baiklah. Pertama-tama saya akan menjelaskan secara singkat karakteristik dari produk sofa dan tempat tidur. Di sini kami memiliki produk tempat tidur dan sofa kualitas terbaik dengan menggunakan teknologi – teknologi yang canggih dengan standard ISPA. Dengan bekal pengalaman selama 43 tahun. Semuanya dibuat dengan menggunakan teknologi yang terbaru, jadi penggunaannya sangat nyaman dan

PT SKM juga memproduksi beberapa merk – merk yang telah terkenal di masyarakat, seperti: OCEAN, HELUX, ANGEL, TITOV dan OCEAN FOAM. Produk-produk kita telah diekspor ke berbagai negara, seperti: Malaysia, Singapore, Dubai, India, dan masih banyak lagi.

Faktor ini meliputi pemahaman penulis mengenai kalimat yang maknanya ganda atau maknanya bias/samar. Contoh:

a. 这件事你也要告诉我好的。

Terjemahan: Masalah begini harus dikatakan pada saya baiklah.

b. 呵呵。是啊我们现在可以先草拟一具临时合同吗？

Terjemahan: Hehe. Benar Apakah sekarang kita dapat membuat kontrak sementara?

Penggunaan kalimat dengan tata bahasa yang tidak lengkap. Faktor ini meliputi pemahaman penulis mengenai suatu kalimat yang ditulis tidak berdasarkan pada tata bahasa yang lengkap. Contoh :

a. 特别是印尼，是世界最多的国家了吧。

Terjemahan: Khususnya Indonesia, adalah negara yang paling banyak sedunia.

b. 那再复习一遍认识吧。

Terjemahan: Kalau begitu belajarlal pengenalan satu kali lagi.

c. 你现在大几了？

Terjemahan: Sekarang sudah berapa besar?

Faktor ini meliputi penguasaan penulis mengenai peribahasa dalam Bahasa Mandarin. Metode penulisan dengan peribahasa menduduki tingkat cukup tinggi dalam tata bahasa Mandarin. yang dianggap memiliki pengetahuan bahasa yang tinggi baru dapat menggunakan metode peribahasa ini. Contoh:

左思右想 Berpikir kiri dan kanan

壮观非凡 Spektakuler

天南地北 Jauh dan luas

同舟共济 Dalam perahu yang sama

Bahasa sebagai bentuk pelayanan maksudnya adalah bahasa di dalam suatu kalimat harus mengandung suatu makna yang dapat membuat pihak pendengar menjadi tersanjung atau menyanjung orang lain atau untuk mewakili perasaan terimakasih atas bantuan yang diberikan pihak lain. Contoh :

1. 您的友善和耐心真的帮了我们的帮忙，谢谢。

Keramahan dan kesabaran Anda benar-benar membantu kami, terima kasih.

2. 您的帮助对我们非常重要，谢谢您真诚的支。

Bantuan Anda sangat berarti bagi kami, terima kasih atas dukungan yang tulus.

Faktor psikologi yang mempengaruhi proses transaksi dagang adalah:

Usia merupakan faktor mutlak yang mempengaruhi psikologi seseorang. Karena faktor usia adalah faktor yang tak bisa dirubah. Bagaimana kita berperilaku dengan orang yang usianya lebih tua dari kita akan berbeda dengan orang yang usianya lebih muda atau sama dengan kita.

Sama dengan faktor usia, faktor jenis kelamin juga merupakan faktor psikologi yang mutlak. Bagaimana kita berbicara dan berinteraksi dengan sesama jenis akan berbeda saat kita berinteraksi dengan yang berbeda jenis. Pada Penelitian kali ini, penulis berhadapan dengan 3 klien yang kebetulan semua adalah laki- laki.

Dari keseluruhan faktor psikologi, faktor watak adalah faktor yang paling sukar karena faktor ini bersifat relatif. Bagaimana analisis kita terhadap seseorang, mungkin berbeda dengan analisis oranglain terhadap orang itu. Pada Penelitian kali ini penulis dapat menyimpulkan watak dari ketiga klien, antara lain: Mr. Luo lebih kooperatif, terbuka, supel, pengertian, dan ramah. Mr.Hou lebih pasif, tertutup, tidak peka.

#### 4. KESIMPULAN

Komunikasi dalam bahasa Mandarin memiliki peran yang sangat signifikan dalam transaksi dagang di PT SKM. Dengan semakin berkembangnya hubungan perdagangan antara Indonesia dan negara-negara berbahasa Mandarin, kemampuan berkomunikasi dalam bahasa ini menjadi aset berharga bagi perusahaan. Penggunaan bahasa Mandarin tidak hanya mempermudah negosiasi dan transaksi, tetapi juga memperkuat hubungan bisnis dengan mitra dagang yang lebih nyaman

berkomunikasi dalam bahasa ibu mereka. Selain itu, komunikasi yang efektif dalam bahasa Mandarin membantu PT SKM dalam memahami kebutuhan dan preferensi pasar yang berbeda, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan

Seorang mediator Bahasa Mandarin sebaiknya dapat menguasai pemahaman Bahasa Mandarin dan psikologi lawan bicara dengan baik untuk teman-teman dapat terus menggali dan mengembangkan ilmu yang telah didapat untuk mencapai tingkat yang lebih tinggi. Diharapkan PT Sumatera Karya Makmur dapat terus membuka lebih banyak lagi peluang kerja, khususnya yang berhubungan dengan Bahasa Mandarin dengan merekrut dan menyerap tenaga kerja ahli berbahasa

Mandarin yang profesional dan kompeten di bidangnya. penelitian secara ringkas (tapi bukan ringkasan pembahasan). Saran merupakan penelitian lanjutan yang dirasa masih diperlukan untuk penyempurnaan hasil penelitian supaya berdaya guna. Penelitian tentunya tidak selalu berdaya guna bagi masyarakat dalam satu kali penelitian, tapi merupakan rangkaian penelitian yang berkelanjutan.

## 5. REFERENSI

Chaer, Abdul dan Keraf, Gorys. 2006. Tata Bahasa Praktis Bahasa Indonesia. Rineka Cipta. Jakarta.

Christiana, Cahya. 2012. Komunikasi Bisnis Berbahasa China Sebagai Sarana Transaksi Dagang di PT Karisma Jaya Sukoharjo. UNS. Surakarta

Kuntjojo. 2009. Metodologi Penelitian. dari <http://ebekunt.files.wordpress.com/2009/04/metodologi-penelitian.pdf>. (diakses pada tanggal 8 Juli 2016)

Kusumastuti, Yatri Indah. 2009. Komunikasi Bisnis. IPB Press. Bogor.

Munadzdzofah, O. (2017). Pentingnya Bahasa Inggris, China, dan Jepang sebagai Bahasa Komunikasi Bisnis di Era Globalisasi. VOCATIO, 1 (2).

Purwanto, Djoko, Drs., M.B.A. 2006. Komunikasi Bisnis Edisi Ketiga. Erlangga. Jakarta.

Riwayatiningsih, R., Anas, M., & Forijati, R. (2022). Melatih Komunikasi Bahasa Inggris Untuk Pemasaran Bagi Kelompok Usaha Bersama Batik Batu Mangga Di Kabupaten Kediri.

Setiyono, T., Wardiani, R. & Setiawan, H. (2021). Strategi Kesantunan Berbahasa dalam Film Assalamualaikum Calon Imam. Jurnal Bahasa dan Sastra, 8(1), 7-13.

Tanaga, Sylvie. 2008. Pentingnya Bahasa Mandarin di Era Pasar Global. dari <https://sylvietanaga.com/>. (diakses pada tanggal 12 Mei 2016)

Yuni, R. & Hutabarat, D., L. (2021). Dampak Perdagangan Internasional terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia pada Tahun 2009-2019. NIAGAWAN [http://www.ef.co.id/epi/regions/asia/indonesi/http://www.lpmpsulsel.net/v2/attachments/266\\_Bahasa%20Inggris%20sebagai%20bahasa%20internasional%20dalam%20pembelajaran.pdf](http://www.ef.co.id/epi/regions/asia/indonesi/http://www.lpmpsulsel.net/v2/attachments/266_Bahasa%20Inggris%20sebagai%20bahasa%20internasional%20dalam%20pembelajaran.pdf) [https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa\\_Mandarin](https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa_Mandarin)