

BUKU AJAR

KOMUNIKASI BISNIS

ABKA 3208/2 SKS



Prof. Dr. H. Rizali Hadi, MM
Dr. Fauziah, M.Pd

Aswaja

BAB I

KOMUNIKASI DAN KOMUNIKASI BISNIS

A. Pendahuluan

Sekarang ini permasalahan dalam berbisnis menjadi semakin kompleks. Pelaku bisnis pada berbagai lapisan semakin bertambah. Pertambahan pelaku bisnis ini membawa perubahan cepat, apalagi dengan lancarnya transportasi, makin canggihnya alat komunikasi, sehingga perkembangan bisnis dengan cepatnya mengglobal. Perubahan bisnis yang mengglobal ini dimungkinkan oleh adanya komunikasi yang bisa menjangkau sasaran secara lebih cepat. Oleh sebab itu perlu dipelajari tentang apa, mengapa dan bagaimana komunikasi bisnis itu.

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan dapat memahami tentang komunikasi umumnya dan komunikasi bisnis khususnya.

- Pengertian komunikasi dan komunikasi bisnis
- Proses dan unsur komunikasi
- Lingkup komunikasi
- Hambatan dan keberhasilan komunikasi

B. Pengertian Komunikasi dan Komunikasi Bisnis

1. Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial ditakdirkan untuk saling berhubungan satu sama lain. Sejak dilahirkan dan belum bias berbicara manusia sudah melakukan komunikasi. Kalau popoknya basah, lapar, haus atau sakit dia menangis, sebagai upayanya mengkomunikasikan bahwa ada sesuatu yang terjadi pada dirinya. Selanjutnya manusia terus berkomunikasi sesuai dengan perkembangan usianya, itulah yang disebut *human communication*. Antara guru dan murid terjadi komunikasi yang merupakan komunikasi pendidikan. Dosen atau guru memiliki berbagai cara untuk berkomunikasi menyampaikan ilmu pengetahuan kepada para mahasiswa. Antara jaksa, hakim, pengacara dan terdakwa dalam

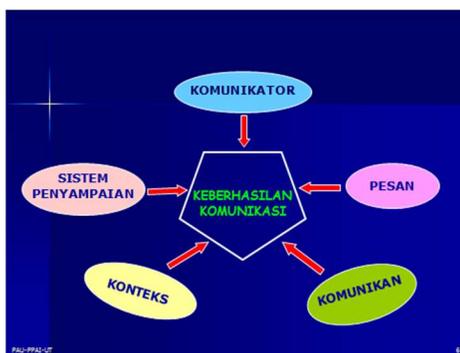
persidangan memiliki tatacara dalam berkomunikasi. Antara orang tua, anak, ibu, ayah dan saudara mempunyai pola tersendiri dalam berkomunikasi. Antara komandan pasukan dan prajurit memiliki aturan baku kalau berkomunikasi. Antara dokter, para asistennya punya cara efisien dalam berkomunikasi. Antara pilot, pramugari dan crew pesawat ada sandi-sandi bahasa dalam berkomunikasi. Antara direktur, manajer dan staf mempunyai cara berkomunikasi sesuai dengan jenjangnya.

Komunikasi berasal dari kata Latin *communis*, *communico*, *communicatio* yang berarti sama. Pengertian sama tekanannya adalah sama antara apa yang disampaikan dengan apa yang diterima. Manusia sebagai makhluk sosial senantiasa berhubungan satu sama lain. Menurut Wiryawan dan Noorhadi 1990, dalam Wardani (2005), bahwa secara harfiah komunikasi berarti hubungan, yaitu tersirat adanya interaksi, minimal oleh dua pihak. Dalam pengertian komunikasi ini tercakup pihak yang berkomunikasi dan sesuatu yang dikomunikasikan. Karena itulah definisi tentang komunikasi bisa berbeda, sesuai dari sudut pandang masing-masing. Komunikasi tidak mungkin tidak ada dalam kehidupan sosial manusia. Interaksi yang semula terjadi antara dua orang atau dua pihak, lama-lama berkembang mengikuti teori spiral yang makin lama makin membesar dan meluas. Proses meluasnya komunikasi ini tidak bisa dihindari karena seperti sudah menjadi hukum alam, sesuai dengan makin terbuka dan sebagai dampak globalisasi.

Secara umum, komunikasi menggunakan bahasa, namun sebenarnya berkomunikasi tidak hanya menggunakan bahasa, tetapi juga menggunakan symbol, isyarat dan bahasa tubuh, yaitu komunikasi *verbal* dan komunikasi *nonverbal*. Bertutur dalam berkomunikasi menggunakan bahasa lisan disebut komunikasi *verbal* dan berkomunikasi dengan symbol atau isyarat disebut komunikasi *nonverbal*. Menurut Bovee dan Thill (2003) komunikasi *nonverbal* adalah kumpulan isyarat, gerak tubuh, intonasi suara, sikap dan sebagainya. Komunikasi yang melibatkan dua pihak utama yaitu komunikator dan komunikan, dimana keberhasilannya ditentukan oleh pesan, kontek dan system penyampaiannya. Apabila pesan tidak diolah dengan baik, apalagi cara penyampaiannya yang kurang tepat, sulit mengharapkan hasil komunikasi yang baik, apalagi kalau pesan itu keluar dari konteks dan maksud utama.

Gambar 1: Faktor-faktor yang menentukan keberhasilan komunikasi.

Sumber : Power Point Materi Pekerti Universitas Terbuka (UT , 2005)



Da-

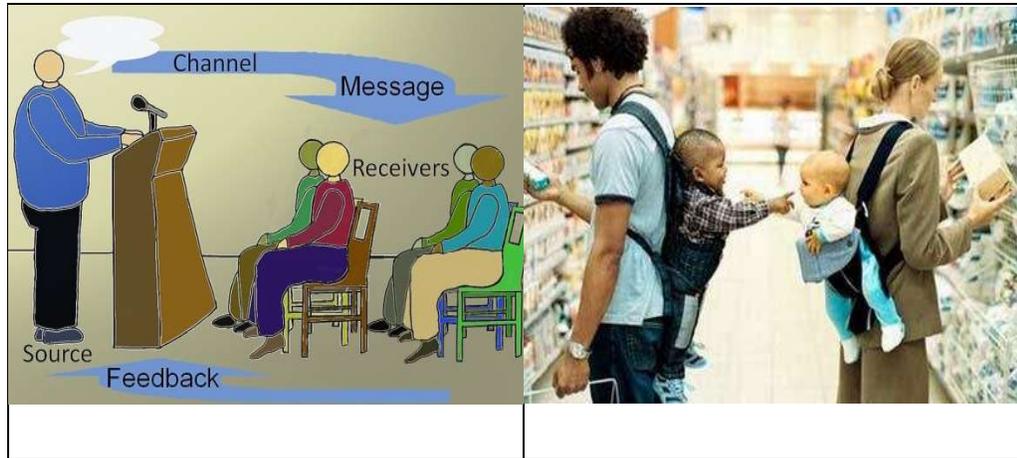


lam

komunikasi itu melibatkan komunikator sebagai *source* atau pengirim pesan, yang menyampaikan pesan (*message*) melalui media (*channel*), yang disampaikan kepada penerima (*receivers*). Dalam proses penyampaian pesan ini mungkin saja terjadi pertukaran pikiran atau umpan balik (*feedback*). Proses ini bisa dilakukan berulang-ulang bila audiens nya belum memahami materi secara tuntas. Ketuntasan pemahaman oleh komunikan merupakan indikator keberhasilan dari komunikasi ini. Komunikasi akan berhasil kalau semua unsur yang terlibat dalam proses komunikasi (gambar-1) yaitu komunikator, komunikan, pesan, konteks dan sistem penyampaiannya telah berjalan sebagaimana mestinya. Pesan yang disampaikan di luar konteks dan tidak sistematis, sulit diharapkan dapat menghasilkan suatu komunikasi yang baik.

Proses komunikasi yang melibatkan komunikator sebagai *source*, adanya *message* atau pesan ada komunikan sebagai *receiver* serta adanya *feed back* dapat dilihat dalam gambar-2. Proses komunikasi dimulai atas inisiatif *source* (nara sumber) yang menyampaikan pesannya melalui *channel* (saluran) perangkat *sound system* supaya jelas diterima oleh pendengar (*receiver*). Pendengar yang baik dan berminat terhadap informasi yang disampaikan kepadanya, akan memberikan umpan balik (*feed back*) untuk meningkatkan tingkat “kesamaan” pemahaman informasi itu.

Gambar 2: Proses komunikasi, dimana saja dan kapan saja, antara siapa saja.

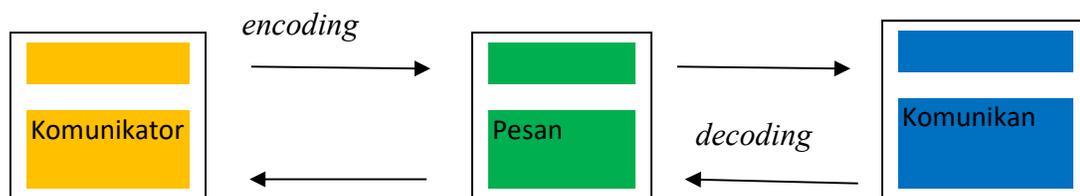


Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Transactional_comm_model.jpg

<http://www.animasicantik.com/2014/06/kumpulan-gambar-lucu-terbaru-bikin.html> (diunduh 12/03/2017)

Untuk menyampaikan pesan komunikator harus mempunyai kemampuan melakukan *encoding* yaitu memformulasikan segala gagasan atau idenya agar lebih mudah diterima oleh komunikan. Selanjutnya komunikan melakukan *decoding* atau menafsirkan maksud pesan itu. Untuk memastikan apakah penerimaan pesan itu sudah sesuai dengan maksud pengirim. Dalam sebuah presentasi atau mempromosikan suatu barang atau jasa, komunikator sebagai sumber mempunyai segudang pemikiran yang sangat luas. Dia harus menyederhanakan, meringkas alam pikirannya itu dengan bahasa yang mudah dan sistematis agar cepat diterima oleh audiennya. Proses ini disebut inilah yang disebut *encoding* yang bisa disampaikan melalui suatu *channel* dan media, misalnya *power point*, brosur atau proposal. Audien sebagai penerima pesan (*massage*) ada yang bisa cepat memahami maksud pesan itu, tetapi ada juga yang lambat karena mencari kesesuaian antara maksud pesan dengan kondisinya.

Gambar 3: Proses memformulasi dan menafsirkan pesan



Sumber: Materi Pekerti UT (2005)

Karena itu *audien* atau komunikan ini bisa menafsirkan isi pesan itu menurut versi pemikirannya, inilah yang disebut *decoding* yang disampaikan sebagai umpan balik (*feed back*) untuk diklarifikasikan kembali bersama komunikator.

2. Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah interaksi yang terjadi antara pelaku-pelaku bisnis. Komunikasi itu bisa terjadi antara pedagang dengan pembeli, antara perusahaan dan langganan, antara bank dan nasabah. Komunikasi juga terjadi secara internal antara atasan dan bawahan dan sebaliknya, atau se-level. Masalah yang dikomunikasikan adalah hal-hal yang berhubungan dengan perdagangan atau usaha. Proses jual beli terjadi komunikasi yaitu tawar menawar atau mengenai berbagai persyaratan yang sedang dinegosiasikan.

Menurut Purwanto (2006:4), komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi *verbal* ataupun komunikasi *non verbal* untuk mencapai tujuan tertentu. Dunia bisnis itu sangat luas, mulai pedagang kecil, pedagang besar, skala lokal, nasional sampai internasional. Pedagang kecil yang menjajakan barangnya pada dasarnya adalah melakukan komunikasi bisnis. Pengusaha besdar atau kecil yang membuat surat-surat penawaran kepada mitra atau langganannya adalah berkomunikasi bisnis.

Komunikasi antara pedagang yang menjual atau menjajakan barang dagangannya dimulai dari menarik perhatian (*attention*) calon pembeli, tersenyum, menyapa dan menunjukkan barang yang akan dijualnya. Bila sudah ada perhatian dari calon pembeli, pedagang akan meningkatkannya dengan memperkenalkan barangnya agar muncul rasa suka (*interest*). Setelah berhasil memunculkan rasa suka tersebut, pedagang akan meningkatkannya menjadi keinginan (*desire*) untuk membeli, dan akhirnya kalau sudah cocok akan terjadi transaksi (*action*) jual beli. Proses inilah yang dalam ilmu marketing disebut dengan rumus AIDA. Pada tahapan-tahapan itulah terjadi suatu komunikasi bisnis. Dengan demikian dapat dipahami betapa pentingnya komunikasi dalam berbisnis.

C. Proses Komunikasi dan Unsur Komunikasi

1. Proses Komunikasi

Komunikasi dapat dipandang sebagai (a) proses penyampaian **informasi**, (b) proses penyampaian **gagasan** dari seorang kepada orang lain, (c) proses **penciptaan arti** terhadap gagasan.

Seseorang memiliki sebuah **informasi** dan informasi ini perlu disampaikan kepada orang lain, apakah secara terbuka atau secara tertutup. Untuk menyampaikannya itu diperlukan suatu cara atau proses yang dilakukan dengan berbagai pertimbangan. Apakah perlu disampaikan secara cepat atau menunggu waktu yang tepat. Informasi itu disampaikan menggunakan media atau disampaikan secara langsung. Sifat informasi itu ada yang rahasia dan ada pula yang boleh diketahui oleh orang-orang terbatas, dan ada pula yang boleh diketahui oleh siapa saja. Informasi yang dimiliki perlu dilakukan *encoding*, diformulasikan agar dalam penyampaiannya dapat secara sistematis.

Sejumlah informasi yang harus dikomunikasikan kepada pihak lain memerlukan suatu proses penyampaian **gagasan**, yaitu upaya mengolah gagasan ini menjadi bahasa sederhana agar dapat dengan mudah dimengerti oleh penerima. Gagasan itu ada yang merupakan hal baru, tetapi juga bisa merupakan penyempurnaan gagasan sebelumnya. Gagasan merupakan hasil pemikiran yang diperlukan untuk mengatasi sesuatu masalah.

Terkadang orang kurang memperhatikan gagasan yang diterimanya, karena dia sendiri juga mempunyai gagasan yang mungkin berbeda. Gagasan harus dikomunikasikan secara baik agar nampak jelas arti pentingnya gagasan itu. Gagasan akan diterima oleh pihak lain kalau gagasan yang disampaikan itu bebar-benar diperlukan. Karena itu, gagasan harus diolah secara runtut yang menunjukkan kebaikan dan manfaatnya.

Proses **penciptaan arti** dari sebuah gagasan, dimulai dengan menonjolkan buruk dan baiknya, manfaat dan mudaratnya, kerugian dan keuntungan suatu gagasan itu. Komunikasi menggiring audiens untuk menangkap arti dari sesuatu, yang sebelumnya tidak memiliki arti. Proses ini dikatakan sebagai kegiatan dan upaya penciptaan arti agar bisa diterima oleh audiens.

2. Unsur Komunikasi

Sebelumnya sudah dibicarakan bahwa unsur komunikasi itu adalah komunikan, pesan, media, penerima dan umpan balik. Selanjutnya perlu diingat bahwa semua unsur ini harus

pada posisi memiliki pandangan serta kepentingan yang sama, terutama komunikator dan komunikannya. Karena itulah nanti juga akan dibahas tentang analisis audiens, untuk meyakinkan bahwa informasi akan disampaikan kepada orang yang tepat. Sebuah perusahaan akan menjual truck yang diageninya. Sangatlah tepat kalau audiens yang hadir adalah para pengusaha angkutan. Kurang cocok kalau yang hadir adalah para seniman, para buruh yang tidak ada hubungannya dengan truck.

D. **Lingkup Komunikasi**

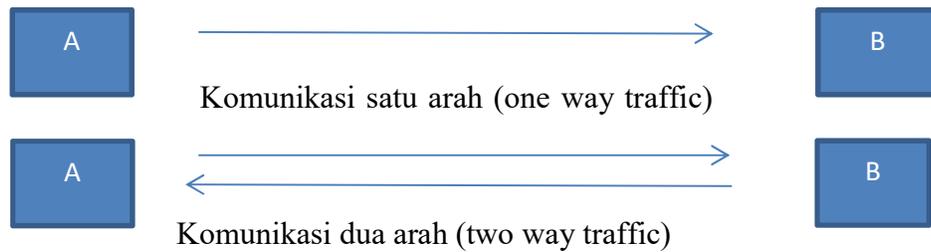
Ruang lingkup komunikasi itu sangatlah luas seolah-olah tidak ada batasannya. Komunikasi ada pada berbagai bidang kegiatan kehidupan manusia. Bidang-bidang komunikasi meliputi (a) komunikasi organisasional, (b) komunikasi bisnis, (c) komunikasi sosial, (d) komunikasi politik, (e) komunikasi budaya, (f) komunikasi internasional, (g) komunikasi keluarga, (h) komunikasi pendidikan, (i) komunikasi tentang kesehatan dan sebagainya meliputi berbagai aspek kehidupan manusia. Kadang-kadang ada komunikasi yang tidak rasional, misalnya komunikasi kepada makhluk gaib yang sulit bisa dipercaya. Banyak praktek entah benar atau tidak kalau ada orang “pintar” yang mampu berkomunikasi secara sufranatural kepada makhluk halus, penunggu gunung, pemberi pesugihan, kesaktian dan sebagainya.

Sifat komunikasi itu meliputi komunikasi lisan, tulisan, komunikasi non-verbal melalui *kial* atau *gestural* yaitu bahasa tubuh, atau melalui simbol dan gambar-gambar. Ada juga komunikasi langsung dan komunikasi bermedia. Tatanan komunikasi yang berhubungan dengan jumlah komunikan, dikenal adanya komunikasi pribadi atau antar pribadi, komunikasi kelompok atau antar kelompok, kelompok kecil atau kelompok besar. Ada komunikasi massa cetak dan media massa elektronik. Ada juga komunikasi bermedia seperti melalui surat, internet, e-mail. Tujuan komunikasi adalah untuk mengubah sikap dan perilaku, mengarahkan pendapat atau opini baik individu atau masyarakat luas.

Fungsi komunikasi terutama adalah untuk menyampaikan informasi, lebih banyak digunakan dalam dunia pendidikan, kadang-kadang untuk memberikan hiburan serta mempengaruhi orang lain. Teknik dalam berkomunikasi meliputi teknik *informatif*, *persuasif*, *instruktif* dan *humanis*. Metodenya bisa menggunakan saluran jurnalisme, hubungan masyarakat, iklan, reklame, buku-buku, atau yang lebih dahsyat lagi kalau

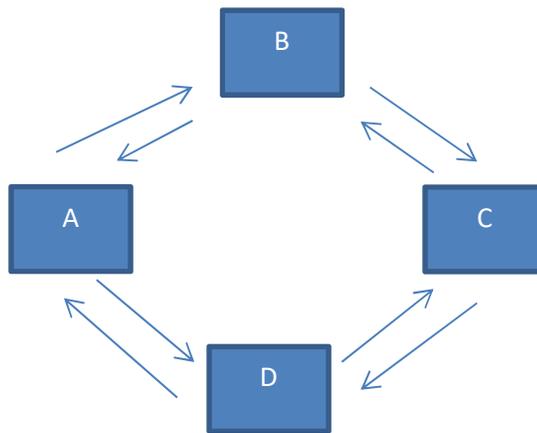
sudah menggunakan metode perang urat syaraf. Secara umum komunikasi meliputi pengirim pesan, media dan penerima pesan. Pembahasan mengenai komunikasi berputar-putar antara pengirim dan penerima pesan. Pesan itu bisa searah saja (*one way traffic*) tetapi komunikasi yang baik adalah dua arah (*two way traffic*) dan lebih baik lagi kalau dilakukan oleh banyak pihak atau *multi way traffic*.

Gambar 4. Komunikasi satu arah dan dua arah



Komunikasi satu arah terjadi kalau A sangat dominan dan memonopoli suatu komunikasi. Dalam hal ini A menumpahkan segala informasi kepada B, sedangkan B menerimanya tanpa ada upaya bertanya, bersifat pasif. Dalam komunikasi dua arah, A dan B saling berinteraksi, memberi dan menerima informasi, Pola komunikasi dua arah memungkinkan informasi itu menjadi lebih intensif dan bermutu. A ada kemungkinan memperbaiki dan memperluas informasinya setelah mendapatkan *feed back* dari B. Demikian juga B bisa meluruskan pemahamannya kalau sebelumnya dia mempunyai persepsi yang keliru mengenai informasi yang disampaikan oleh A. Diharapkan kedua belah pihak sama-sama aktif melakukan komunikasi.

Gambar 5. Komunikasi Segala Arah (*multi way traffic*)



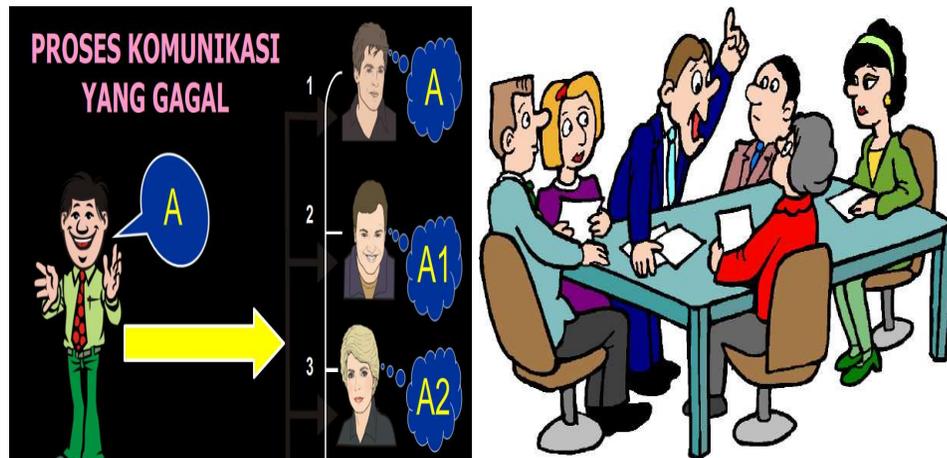
Dalam komunikasi yang terjadi antara A, B, C, dan D dimana masing-masing bisa menyampaikan dan menerima informasi. A bisa menyampaikan dan menerima informasi kepada atau dari B, C, dan D. Kemudian B bisa menyampaikan dan menerima informasi kepada atau dari A, C, dan D. Selanjutnya C juga bisa menyampaikan dan menerima informasi dari A, B dan D. Demikian juga D bisa berkomunikasi timbal balik kepada A, B dan C. Komunikasi seperti ini lebih berkembang dan mampu menggali informasi yang lebih bermutu dan memadai.

E. Hambatan dan Keberhasilan Komunikasi

Komunikasi bisa saja gagal karena kurang baiknya mempersiapkan atau perencanaan komunikasi itu. Komunikasi juga bisa gagal karena ada sesuatu yang mengganggu. Komunikasi juga bisa gagal kalau sumber utamanya terbawa emosi, tidak bisa menahan diri dari serangan-serangan audiens. Oleh sebab itu perlu dipelajari beberapa hal yang menggagalkan komunikasi tersebut.

Dalam suatu acara berkomunikasi bisa disiapkan orang yang tugasnya meredam atau menetralkan keadaan, sebagai orang bijak mengembalikan pokok masalah yang sedang dibicarakan.

Gambar 6. Komunikasi yang gagal, pikiran bercabang dan ada yang dominan



Sumber: https://id.images.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt (7/9/2017)

Berikut adalah beberapa penyebab gagalnya suatu komunikasi.

1. Gangguan fisik

Semua pihak menghendaki agar komunikasi berjalan lancar. Semua pesan bisa diterima, dipahami dan pesan-pesannya dapat dilaksanakan. Namun demikian dalam komunikasi itu akan ada saja menghadapi masalah, halangan dan hambatan. Permasalahan yang sering ditemukan adalah hambatan faktor fisik. Ruang tempat berkomunikasi bisa terlalu sempit, pengap suasananya tidak nyaman. Banyak audien dalam ruangan yang pandangannya terhalang oleh sesuatu seperti tiang, sandaran kursi yang tinggi dan sebagainya. Suasana ini bisa menjadikan peserta atau audien tidak fokus. Pengeras suara atau *sound system* yang mungkin terganggu karena kabel yang kurang baik, sehingga menimbulkan bunyi brisik, krerek krerek menyebabkan kata-kata-kata yang diucapkan pembicara menjadi jelas. Bila listrik mati dan pengeras suara menggunakan baterai, dan baterai nya tidak tersedia atau sudah dalam kondisi *low*, menjadikan panitia sibuk dengan urusan baterai saja. Bisa terjadi ada suara gaduh di luar, misalnya ada mobil pemadam kebakaran yang lewat, sirine ambulan dan mobil polisi pengawal pejabat atau mobil jenazah, sangat berpotensi mengganggu perhatian audien. Tidak jarang, bau yang bisa

mengganggu, bau bangkai, bau sampah atau mungkin bau karena konsleting kabel listrik, bau kain terbakar, bahkan bau orang membakar sate bisa mengalihkan perhatian.

2. Salah Penafsiran

Komunikator telah panjang lebar menyampaikan pesan dengan berbagai cara dan variasi maksudnya agar mendapat perhatian serius dari audien, tetapi malah terjadi sebaliknya. Salah penafsiran ini disebabkan oleh beberapa hal, antara lain:

3. Masalah bahasa.

Bisa terjadi penyampai pesan terlalu banyak menggunakan bahasa asing, misalnya bahasa inggris, bahasa arab, atau bahasa lainnya, yang nampak kalau komunikator ingin ngagah-gagahan atau memang kesulitan mencari padanan kata yang tepat dalam menyampaikannya kepada audien. Mungkin banyak menggunakan kata seperti negosiasi, trade off, adjustment, yang mungkin bisa menjadikan orang salah paham

4. Perbedaan Latar Belakang.

Komunikator sebaiknya mempertimbangkan latar belakang audien, misalnya tentang pendidikan, latar belakang budaya dan emosional. Bisa terjadi audien nya banyak yang berpendidikan rendah dibandingkan yang berpendidikan tinggi. Disini mungkin terdapat hambatan dalam cara pemahaman, apalagi disampaikan dalam bahasa ilmiah yang tinggi. Bisa juga terjadi si komunikator berasal dari daerah yang bahasanya kedengaran keras dan kasar, menyebabkan ada rasa takut atau tidak simpati lagi. Secara emosional mungkin ada yang sangat perasa, mudah tersinggung

5. Adanya gangguan kesehatan.

Dalam suatu pertemuan mungkin saja ada gangguan karena ada peserta yang sering batuk, sering meludah berdahak, sering keluar masuk ke kamar kecil. Ada yang merasa terganggu karena kerasnya kipas angin atau terlalu dinginnya AC. Keadaan ini juga tidak jarang mengganggu dan menjadi hambatan dalam proses komunikasi. Orang yang sedang sakit, kepala sedang pusing, sulit sekali untuk mengikuti jalannya proses komunikasi, karena pikirannya bisa terpecah kemana-mana.

6. Ada objek lain.

Ditengah-tengah acara membicarakan suatu topik, tiba-tiba ada obyek lain yang bisa mengganggu perhatian, misalnya ada yang membawa koran atau majalah yang isinya sangat menarik, atau beritanya sedang heboh. Masalah-masalah lain dalam menerima pesan dalam suatu proses komunikasi adalah adanya persaingan antara pendengaran dan penglihatan, yang didengar lain, yang dilihat lain, menjadikan orang gagal fokus. Ditengah proses komunikasi tiba-tiba ada suara gaduh, suara kursi digeser, suara ambulan lewat, suara mobil pemadam lewat, ada tabrakan dan lain lain yang bisa mengalihkan perhatian. Lampu yang tiba-tiba mati, atau pengeras suara yang berbunyi aneh atau terputus-putus. Ruang acara berdekatan dengan suara musik, bila ada suara azan, sering orang menghentikan pembicaraan, suara tembakan membuat orang kaget, juga bisa mengganggu dan menghambat komunikasi.

7. Cara penyampaian.

Pesan-pesan yang disampaikan dalam komunikasi mempunyai arti yang berlawanan. Misalnya membicarakan pentingnya transportasi, tapi bersamaan juga membicarakan besarnya biaya transportasi itu sendiri. Penyampai pesan secara terburu-buru menyampaikan banyak gagasan tapi disampaikan secara sekali gus, tanpa memilah-milahnya, seperti menumpahkan seember air ke lobang botol yang kecil. Pesan berantai melalui beberapa orang yang tidak kurang sempurna menangkap makna pesan, sering penerima pesan terakhir menerimanya dengan sangat berbeda dari maksud pesan aslinya.

F. RINGKASAN.

Komunikasi terus berkembang dalam kehidupan sosial manusia. Komunikasi dimulai sejak manusia dilahirkan. Komunikasi berawal dari bunyi, simbol-simbol non verbal sampai jadinya suatu bahasa sebagai media verbal. Komunikasi itu berkembang dari satu arah menjadi dua arah (*one way traffic, two way traffics*) dan banyak arah (*multi way traffic*). Komunikasi bisa berhasil dan bisa juga gagal. Komunikator harus memformulasikan pesannya (*coding*) dan komunikan harus menangkap (*encoding*) pesan itu agar tercipta berkomunikasi secara baik, dan bisa memberikan *feed back*. Komunikasi terdapat dalam berbagai bidang kehidupan manusia, diantaranya adalah dalam berbisnis.

Komunikasi bisnis terjadi antara para pengusaha, pedagang dan langganan, dan ada kaitannya dengan rumus AIDA (*attention, interest, desire* dan *action*). Komunikasi mungkin saja terganggu karena adanya gangguan fisik dan salah penafsiran karena bahasa, latar belakang, gangguan kesehatan, ada obyek lain, dan cara penyampaiannya.

G. Pertanyaan:

1. Jelaskan pengertian komunikasi pada umumnya, dan komunikasi bisnis khususnya.
2. Jelaskan proses terjadinya suatu komunikasi beserta pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut.
3. Jelaskan tentang lingkup komunikasi, termasuk komunikasi satu arah, dua arah, dan banyak arah.
4. Jelaskan maksud dari komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal.
5. Jelaskan tentang hambatan-hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi dipandang dari pengirim, penerima dan media pesan itu.

BAB II

KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL

A. Pendahuluan

Komunikasi dapat dilakukan menggunakan bahasa lisan (verbal) dan bahasa isyarat (non verbal). Terbangunnya suatu bahasa adalah melalui suatu proses yang panjang, mulai manusia diciptakan terus berkembang sampai sekarang. Bahasa isyarat mungkin lebih dahulu dari bahasa lisan, atau mungkin bersamaan. Komunikasi memerlukan media mulai dari bentuk yang sederhana sampai zaman sekarang menggunakan media elektronik. Komunikasi bisa dilakukan dengan langsung berhadapan (*face to face*) atau secara jarak jauh (*distance communication*). Ada pula komunikasi yang bersifat individu dan ada pula yang bersifat luas (*massa*) yang melibatkan banyak orang.

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan dapat memahami tentang model-model komunikasi yang meliputi:

- Pengertian komunikasi Verbal
- Pengertian komunikasi Non Verbal
- Membedakan tipe-tipe komunikasi dan Lingkup komunikasi

B. Komunikasi Verbal dan Komunikasi Non Verbal

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi secara **tertulis** (*written*) dan **lisan** (*oral*). Komunikasi terbanyak dilakukan adalah secara verbal, karena lebih mudah menyampaikan segala ide, kehendak, pemikiran atau pesan. Diharapkan segala pesan itu cepat dan mudah ditangkap. Komunikasi lisan dilaksanakan secara berhadapan langsung *face to face* atau menggunakan alat seperti telpon. Komunikasi tertulis dilakukan menggunakan media surat, gambar, grafik, lukisan atau simbol-simbol. Komunikasi lisan sangat erat kaitannya dengan **bahasa**. Banyak yang bertanya, darimana dan bagaimana manusia memulai berbahasa, menggunakan simbol suara yang bisa diterima dan dipahami oleh lawan bicara. Bahasa dimulai dengan isyarat, gerakan tubuh dan suara yang belum beraturan.

Lama kelamaan, terkumpul kesepakatan tentang isyarat itu yang dipahami bersama. Menurut perkiraan sejarah sejak zaman Cro Magnon 35.000-an tahun yang lalu dimulai dengan adanya pekikan, geraman, gerutuan, ungkapan rasa gembira, rasa sakit, tangisan, rasa sedih, terkumpullah kosa kata, perbendaharaan kata, yang lama kelamaan menjadi bahasa dari satu komunitas. Makin lama bahasa ini makin sempurna karena tersusun dalam suatu tata bahasa. Kelebihan manusia adalah memiliki akal budi yang bisa mengembangkan dan mempertahankan bahasa itu, berbeda dengan hewan, yang relatif tidak ada perubahannya sejak zaman dahulu. Bahasa mempresentasikan berbagai aspek realitas kehidupan manusia. Dengan menggunakan bahasa komunikasi menjadi semakin mudah dan lancar. Bahasa tulisan juga dikenal manusia sejak 5.000-an tahun yang lalu, dimulai huruf paku di Syria, huruf hieroglif di Mesir, sampai huruf China, huruf Kanji di Jepang, huruf latin di Yunani, huruf Arab dan sebagainya. Huruf-huruf ini makin disempurnakan mulai era manual, era cetak, sampai era digital sekarang ini.

Dalam menyampaikan kata-kata menggunakan komunikasi verbal bisa diikuti intonasi suara tinggi-rendah, cepat-lambat, lembut-kasar, bercampur bahasa asing dan lain-lain yang disesuaikan dengan situasi dan kondisinya. Dalam sebuah pidato kampanye, orang berbicara sebagai urator membakar semangat, penuh dengan janji-janji. Dalam acara selamatan atau syukuran orang berbicara lemah lembut, menyampaikan puja-puji dan permohonan kepada Tuhan. Dalam acara mengantarkan jenazah ke liang lahat orang berpidato dengan penuh perasaan mengingatkan kematian, dosa-pahala, surga-neraka. Dosen, guru menyampaikan kuliah mengatur intonasi suara sesuai dengan tema dan suasana. Promosi dagang yang memperkenalkan produknya berbicara dengan mantap dan meyakinkan tentang kualitas barangnya.

2. Komunikasi Non Verbal

Berkomunikasi menggunakan kata-kata non verbal kadang-kadang juga disebut sebagai bahasa isyarat. Disebut juga sebagai bahasa non verbal karena penyampaiannya tanpa kata-kata tetapi dengan gerakan tubuh atau *body language*. Bahasa isyarat ini sudah distandarkan seperti yang bisa dilihat pada pojok-pojok siaran berita televisi, ada orang yang memperagakan bahasa non verbal ini untuk orang yang tuna rungu atau tuna wicara.

Selain isyarat tubuh, bahasa non verbal juga menggunakan kontak mata, penggunaan simbol-simbol, warna dan lain-lain.

Sering terjadi ekspresi yang spontan dalam komunikasi secara non verbal, mungkin karena kaget, melonjak-lonjak kegirangan, tiba-tiba muram setelah mendapat berita sedih, bisa juga kesal karena gagal atau dicurangi, ekspresi malas karena lelah, ekspresi mengejek walau tidak berani terang-terangan, marah karena diganggu, pusing karena terlalu banyak yang minta dilayani. Dan sebagainya.

Gambar 7. Contoh-contoh ekspresi wajah



Sumber: <https://www.google.co.id/search?q=contoh+gambar+mimik+wajah&tbm> (7/9/2017)

Komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang diungkapkan melalui sesuatu yang digunakan (*the object language*), komunikasi lewat gerak tubuh (*gesture*) memberikan tanda (*sign language*), dan komunikasi yang dimunculkan dari media bahasa dan gerakan (*action language*).

Komunikasi non verbal yang diungkapkan dengan apa yang dipakai misalnya kalau ke pesta berpakaian indah, mahal, gemerlap, menunjukkan bahwa ikut bergembira. Kalau ta'ziah menghadiri acara duka orang meninggal, ada yang berpakaian serba gelap atau hitam menandakan ikut berduka cita. Komunikasi yang diungkapkan dengan gesture atau gerakan tubuh seperti mengangguk menunjukkan bahwa setuju. Angkat tangan dalam peperangan atau perkelahian adalah tanda menyerah. Tunjuk tangan waktu kuliah atau rapat, tanda mau bertanya. Mengepalkan tangan tanda marah dan mengancam. Menggelengkan kepala tanda tidak setuju atau tidak mau (Indonesia) tetapi tanda setuju (India). Lambaian tangan tanda berpisah dan ada juga lambaian tangan memanggil atau lambaian tangan menolak, menyuruhpergi atau menjauh. Di depan toilet ada gambar wanita atau pria menunjukkan ada tempat boleh masuk masing-masing.

3. Bentuk Komunikasi Non Verbal

Bentuk-bentuk komunikasi non verbal terdiri dari tujuh macam yaitu: (a) Komunikasi visual, (b) komunikasi sentuhan, (c) komunikasi gerak tubuh, (d) komunikasi lingkungan, (e) komunikasi penciuman, (f) komunikasi penampilan, (g) komunikasi citarasa.

- a. **Komunikasi visual** adalah komunikasi yang menggunakan gambar-gambar, grafik-grafik, lambang-lambang, atau simbol-simbol. Sebagai contoh, untuk menunjukkan kemajuan pekerjaan sebuah proyek, divisualkan gambar-gambar bangunan, mulai dari awal pengukuran pekerjaan di lapangan (*site plan*), kemudian gambar-gambar selama pengerjaan (*progress*), dan gambar-gambar bangunan yang selesai *finishing*. Selain gambar-gambar ditunjukkan pula perhitungan kemajuan pekerjaan dalam bentuk grafik yang menunjukkan prosentase 10%, 15% 40%, 70% sampai selesai 100%. Terkadang juga ada simbol-simbol warna, misalnya kalau pekerjaan progresnya sesuai scedule diberi

warna kuning, kalau lebih cepat dari schedule diberi warna hijau, dan kalau progresnya dibawah schedule diberi warna merah. Simbol-simbol ini dibuat unik sesuai kreatifitas dengan harapan agar simbol itu dapat mengkomunikasikan sesuatu secara visual dengan cepat dan benar.

b. Komunikasi sentuhan

Ilmu yang mempelajari komunikasi sentuhan secara non verbal disebut *Haptik*. Contohnya: bersalaman cipikacipiki, bersalaman dengan goncangan tangan tabe atau tabik, berangkulan seperti orang arab, bersalaman sambil menepuk-nepuk bahu, mengelus-ngelus, sentuhan di punggung dan lain sebagainya. Dibalik sentuhan itu tersirat suatu komunikasi batin.

c. Komunikasi gerakan tubuh

Komunikasi gerakan tubuh atau *Kinesik* seperti, melakukan kontak mata, ekspresi wajah, isyarat dan sikap tubuh. Gerakan tubuh iitu sebagai pengganti suatu kata lisan yang biasa diucapkan. Dengan menggerutu, geregetan, menghentakkan kaki, mengepalkan tangan, memukul meja, mata melotot, mengedipkan mata, memiliki makna dan pesan komunikasi

d. Komunikasi lingkungan

Berdasarkan penglihatan dan pengamatan seseorang, dia bisa menyebutkan gunung itu tinggi, sungai itu deras airnya, cuaca panas, suasana pasar yang ribut, kendaraan yang cepat. Dia bisa menyebutkan demikian karena telah berkomunikasi dengan lingkungan yang dilihatnya.

e. Komunikasi penciuman

Kalau orang mencium ada bau kemenyan, asosiasinya bahwa ada acara ritual atau acara kematian. Kalau mencium bau minyak wangi arab, asosiasinya bahwa ada aorang baru datang berhaji. Kalau mencium bau wangi parfum asosiasinya ada gadis atas wanita lewat. Kalau ada bau sesuatu yang gosong asosiasinya adalah

ada konslet listrik, ada masakan yang gosong, ada setrikaan yang terbakar. Ada bau tidak sedap asosiasinya adalah tumpukan sampah. Daging terbakar asosiasinya tukang sate mau datang. Bau minyak kayu putih asosiasinya ada bayi. Dengan demikian komunikasi penciuman merupakan salah satu bentuk komunikasi yang penting. Binatang banyak yang mengandalkan indera penciuman untuk berkomunikasi. Ada binatang yang secara insting mengencingi batang pohon yang dilewatinya sebagai penanda bagi kawannya bahwa ia pernah melewati jalan dekat pohon itu. Itulah anugerah Tuhan kepada mahluknya.

f. Komunikasi penampilan

Orang berpakaian yang rapi atau dapat dikatakan berpenampilan yang menawan, mencerminkan kepribadiannya. Orang berpakaian lusuh dan kucel menyampaikan pesan bahwa orang itu sedang dalam kacau. Orang berpakaian gamis kaya ulama menunjukkan kepercayaannya. Orang berpenampilan atletis menunjukkan bahwa dia adalah olahragawan.

g. Komunikasi citarasa

Setelah mencicipi makanan orang akan menunjukkan ekspresi bahwa makanan itu enak atau lezat. Seorang yang memakan mangga muda asam kecut, wajah masam dan mata terpejam, isyarat bahwa ia mengkomunikasikan kalau mangga itu asam. Terkadang citarasa ditunjukkan juga sesudah mendengarkan lagu, aransemen musik, pertunjukkan sirkus, tarian, olah raga dan lain-lain.

4. Tipe-tipe Komunikasi.

Menurut Hafied Cangara, tipe-tipe komunikasi ada empat yaitu: (a) komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), (b) komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), (c) Komunikasi Publik (*public relation*), (d) Komunikasi massa (*mass communication*).

a. Komunikasi dengan diri sendiri.

Setelah menerima informasi dari luar, misalnya adanya peluang berbisnis, seseorang sejenak akan memikirkannya dalam hati secara *monodik*. Secara diam-diam ia mengumpulkan pengetahuan dan pengalamannya untuk mempertimbangkan penawaran itu. Di dalam dirinya terjadi suatu komunikasi membahas kebaikan dan kelemahan tawaran itu. Ada yang proses berpikirnya cepat dan ada pula yang lambat, untuk menjawab ya atau tidak.

b. Komunikasi antar pribadi (interpersonal communication)

Komunikasi antar pribadi ini terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka *face to face* bisa antara dua orang *diadik*, tiga orang *triadik* atau lebih. Dalam komunikasi ini hendaknya saling memahami sehingga terbina hubungan baik antara masing-masing pihak. Ada orang yang supel, humble, mudah bergaul dengan siapa saja. Bagi pebisnis yang memerlukan pelanggan, konsumen, mitra bisnis, sangat perlu memiliki kemampuan interpersonal communication yang baik, sehingga mampu memperluas jaringan usahanya. Interaksi yang bagus dan saling menguntungkan biasanya bisa bertahan lama. Interpersonal bisa diartikan antar pribadi dan juga antar kelompok.

c. Komunikasi Publik (public relation)

Komunikasi publik adalah komunikasi yang disampaikan oleh pembicara dalam suatu tatap muka kepada khalayak umum. Acara gathering yang dilakukan oleh pebisnis mencari dan menjaring pelanggan merupakan komunikasi publik.

d. Komunikasi Massa (Mass Communication)

Komunikasi masa prosesnya berlangsung secara lebih luas. Biasanya menggunakan saluran yang melembaga seperti surat kabar, radio, televisi. Sasaran komunikasi massa ini menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

C. Ringkasan

Komunikasi adalah cara berhubungan antara dua orang atau lebih, ada yang bersifat verbal dan ada yang non verbal. Komunikasi menggunakan bahasa (verbal) dan bahasa isyarat (non verbal) yang berupa visual (gambar) sentuhan, gerak tubuh (gestur, kinesik) ekspresi tentang cita rasa, penciuman, lingkungan, dan penampilan. Ada pula komunikasi antara pribadi (interpersonal communication) komunikasi publik (public communication) dan komunikasi massa (mass communication). Komunikasi memerlukan media mulai bentuk sederhana, sampai media elektronik yang canggih, cepat dan murah.

D. Pertanyaan:

1. Jelaskan proses terbentuknya bahasa sebagai media komunikasi verbal.
 2. Kenapa komunikasi secara verbal dianggap komunikasi yang paling efektif.
 3. Jelaskan sejarah ditemukannya huruf dan angka yang kelak dipakai sebagai media komunikasi non verbal'
 4. Jelaskan komunikasi non verbal yang disampaikan melalui simbol-simbol.
 5. Apa perbedaan antara komunikasi penampilan dan komunikasi lingkungan.
 6. Apa perbedaan antara komunikasi citarasa dan komunikasi penciuman.
 7. Berikan contoh-contoh komunikasi dengan gerak tubuh.
 8. Apa beda komunikasi intrapersonal dan interpersonal.
 9. Apa persamaan dan perbedaan antara komunikasi publik dan komunikasi massa.
 10. Berikan contoh komunikasi monodik, diadik dan triadik.
 11. Coba kamu peragakan gerakan komunikasi non verbal berikut ini yang merupakan gabungan komunikasi verbal dan non verbal.
- Ketika seseorang mengatakan menolak sesuatu dia tidak hanya mengatakan dengan mengucapkan kata “tidak” namun juga disertai “gelengan kepala” atau “jari telunjuk yang bergerak ke kiri dan ke kanan”.
 - Pada saat akhir pertemuan, seseorang yang berpamitan tidak hanya mengucapkan salam perpisahan/selamat tinggal namun juga melambaikan tangan.

- Ketika orang marah dia tidak hanya mengucapkan kata-kata kekesalan namun juga menggebrak meja dengan nada suara yang tinggi.
- Dalam suatu pertemuan, pada saat bertemu dengan teman lama, seseorang tidak hanya mengucapkan “hai” namun juga “mengulurkan tangan untuk bersalaman”.
- Ketika seseorang memenangkan suatu pertandingan, selain dia mengucapkan “hore aku menang”, dia juga melompat dengan menunjukkan ekspresi wajah kegirangan. (<http://fachryna.blogspot.co.id/2010/03/contoh-komunikasi-verbal-dan-non-verbal.html>).

BAB III

KOMUNIKASI VERTIKAL, HORIZONTAL DAN DIAGONAL

A. Pendahuluan

Melihat arus komunikasi itu ada yang dari atas ke bawah atau sebaliknya (vertikal) dan yang bersifat sejajar (horizontal). Ada pula komunikasi yang dilakukan secara silang (diagonal) sesuai dengan kegiatan tugasnya (fungsi). Arus komunikasi ini terdapat di berbagai bentuk komunikasi pada organisasi pemerintahan, organisasi bisnis atau organisasi sosial, disesuaikan dengan keperluannya.

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan dapat memahami tentang komunikasi atasan dan bawahan, bawahan sama bawahan atau se-level, dan diagonal.

- Pengertian komunikasi vertikal
- Pengertian komunikasi horizontal
- Pengertian diagonal

Untuk memahami apa itu komunikasi vertikal, horizontal dan diagonal lebih mudah bila melihatnya melalui struktur organisasi. Terdapat tiga jenis komunikasi formal dalam organisasi, yaitu : komunikasi vertikal , horizontal, dan komunikasi diagonal.

B. Komunikasi Vertikal, Horizontal dan Diagonal

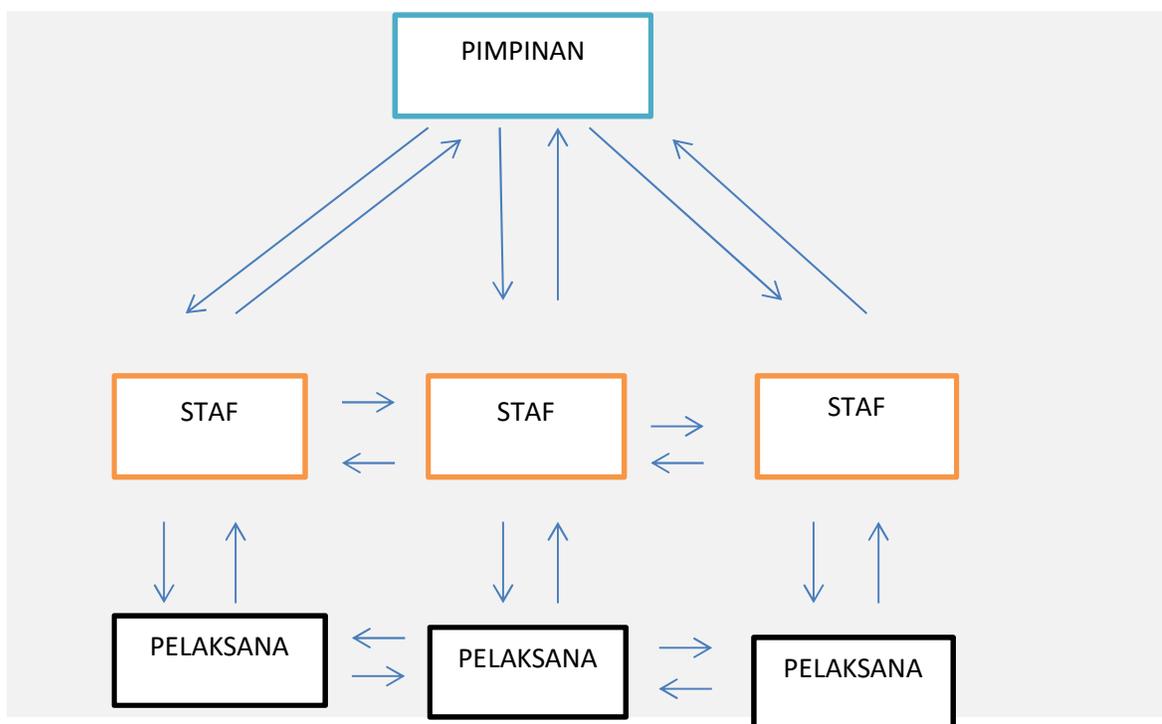
1. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan dalam organisasi. Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang mengalir dari satu tingkat dalam suatu organisasi atau kelompok ke suatu tingkat yang lebih tinggi atau tingkat yang lebih rendah secara timbal balik.

2. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh dua pihak yang mempunyai kedudukan sama, posisi sama, jabatan se-level, maupun eselon yang sama dalam suatu organisasi. Mereka berkomunikasi untuk menyamakan persepsi, minta bantuan informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas yang ada hubungannya dengan bagian lain yang se-level. Mereka saling berkomunikasi bertukar pikiran atau bertukar serta mencocokkan data. Komunikasi horizontal ini sifatnya tidak terlalu formal, sepanjang tidak ada pembatasan-pembatasan yang ditentukan. Komunikasi horizontal sangat membantu sinkronisasi pelaksanaan tugas satu sama lain.

Gambar 8. Komunikasi Vertikal dan Horizontal



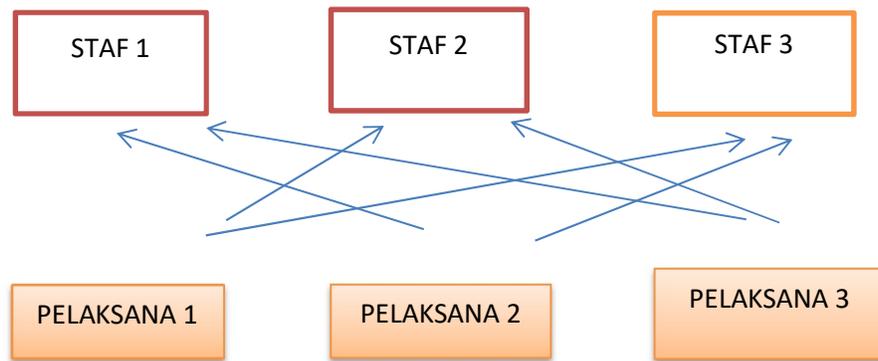
Komunikasi Vertikal dan Horizontal

Pimpinan bisa langsung berkomunikasi kepada staf, dan staf bisa langsung kepada pelaksana demikian pula sebaliknya. Staf sesama staf yang se-level bisa berkomunikasi ke sampingnya. Demikian juga pelaksana bisa berkomunikasi sesama pelaksana karena se-level.

3. Komunikasi diagonal (komunikasi silang)

Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak kepada pihak lain dalam posisi yang berbeda, dimana kedua pihak tidak berada pada jalur struktur yang sama. Komunikasi diagonal digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level berbeda tetapi tidak mempunyai wewenang langsung kepada pihak lain, tetapi berhubungan secara fungsional. Komunikasi diagonal ini dimungkinkan Staf 1 berkomunikasi kepada Pelaksana 2 atau Pelaksana 3. Pelaksana 1 bisa berkomunikasi kepada Staf 1 atau Staf 2, sepanjang ada kaitan atau kesamaan tugasnya. Komunikasi ini juga banyak bersifat non formal dalam arti untuk mempercepat proses komunikasi.

Gambar 9. Komunikasi Diagonal



Komunikasi diagonal di era digital online sekarang ini sudah menjadi suatu yang biasa, karena operator yang satu bisa diatur berhubungan dengan operator yang lain. Mungkin diatur *password* untuk bisa berhubungan baik vertikal, horizontal maupun diagonal. Sudah tersedia program untuk itu, dimana jaringan sudah semakin luas walaupun ada pembatasan-pembatasan tertentu. Semua komunikasi itu dimungkinkan untuk mempercepat sampainya informasi bagi mereka yang memerlukannya.

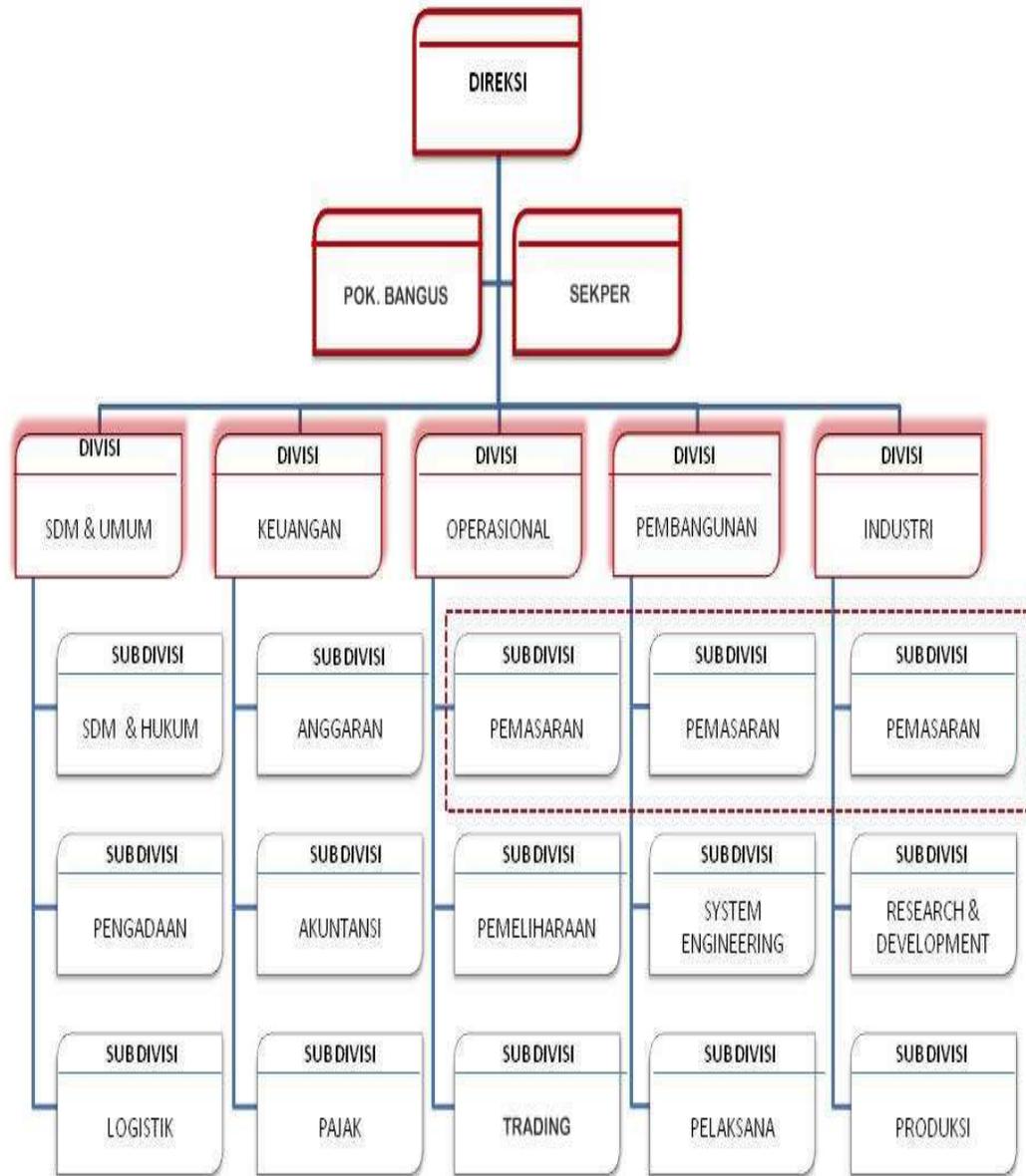
C. Ringkasan

Arus komunikasi itu ada yang dari atas ke bawah atau sebaliknya (verikal), ada yang menyamping (horizontal), ada pula komunikasi yang bersifat menyilang(diagonal) sesuai dengan tugas atau fungsinya, disesuaikan pula dengan bentuk organisasi, apakah organisasi pemerintahan, organisasi bisnis atau organisasi sosial. Komunikasi pada era digital yang serba elektronik dan menggunakan program atau aplikasi, bisa digunakan langsung baik vertikal, horizontal atau diagonal, lebih efektif dan lebih efisien.

D. Pertanyaan

1. Apa yang dimaksud dengan komunikasi vertikal
2. Apa kelebihan dan kelemahan komunikasi vertikal.
3. Apa yang dimaksud komunikasi horizontal
4. Apa manfaat komunikasi horizontal dalam sebuah organisasi.
5. Apa yang dimaksud dengan komunikasi diagonal
6. Coba perhatikan struktur organisasi perusahaan pada gambar 10 di bawah ini. Diskusikan yang berhubungan dengan komunikasi vertikal, horizontal dan diagonal yang mungkin terjadi pada struktur organisasi seperti itu, dan temukan alasan mengapa mereka bisa berkomunikasi.

Gambar 10. Struktur Organisasi sebuah perusahaan



Sumber:

<https://id.search.yahoo.com/yhs/search?p=contoh+struktur+organisasi+perusahaan&fr>
(7/9/2017).

BAB IV

PESAN, AUDIENS dan SALURAN KOMUNIKASI

A. Pendahuluan

Pesan bisnis yang akan disampaikan itu bermula dari suatu ide atau gagasan dalam kegiatan bisnis. Gagasan itu sangat luas bercampur aduk dalam alam pikiran. Perlu dirumuskan secara focus dan disederhanakan agar lebih menarik. Pesan itu harus diolah, diformulasikan (encoding) sebaik mungkin. Diperlukan kemampuan membuat pesan yang disesuaikan dengan sasaran (audiens). Banyak pesan yang gagal karena tidak mampu menganalisis audiennya. Harus dibedakan antara audien ilmunan, pedagang, pegawai negeri, tentara, buruh-tani, pelajar-mahasiswa dan lain-lain.

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan mampu merancang pesan bisnis, menentukan tujuan pesan dan menganalisis audiens

- Mampu membuat pesan
- Mampu menganalisis audiens
- Mampu menentukan ide pokok
- Mampu memilih saluran komunikasi yang tepat

B. Pesan, Audiens dan Saluran Komunikasi

1. Membuat Pesan Bisnis

Pesan adalah suatu kehendak, pemikiran atau ide yang disampaikan pengirim (sender) kepada penerima pesan (receiver). Untuk membuat pesan diperlukan tiga langkah yaitu: (a) perencanaan pesan, (b) penyusunan pesan dan (c) revisi pesan.

Merencanakan pesan adalah dimulai dengan menentukan tujuan pesan, dimana tujuan itu bisa berupa penyampaian informasi (*information*), membujuk atau persuasi (*persuading*), dan permohonan kerjasama, kolaborasi (*collaborating*).

Pembuatan pesan dimulai dengan menulis ide gagasan secara panjang lebar dan selengkap mungkin. Ide ini ditulis berdasarkan data yang ada. Misalkan suatu perusahaan ingin memasarkan suatu produk baru, terlebih dahulu harus diketahui keunggulan apa dari

produk ini. Apa keunggulannya pada harga (price), mutu (quality) dan apa lagi. Kalau keunggulannya pada harga dan mutu, maka pesan yang kemudian dibuat dengan kalimat pendek mengarah kepada kedua keunggulan tersebut.

“Belilah produk kami yang kualitasnya bagus dan harganya murah”.

Cara membuat pesan ini bisa disampaikan dengan cara membujuk “belilah” dengan menunjukkan keunggulan produk itu. Bisa juga kemudian diikuti dengan ajakan bekerjasama (*collaborating*) dalam pemasaran atau penyaluran produk tersebut. Tunjukkan keuntungan apa yang akan diperoleh masing-masing pihak dalam kerjasama itu.

Ada kalanya setelah dievaluasi pesan ini kurang efektif, kurang mendapat tanggapan, karena masyarakat terutama ingin tahu bagaimana garansi purna jualnya. Kalau hal itu yang terjadi, maka pesan ini perlu direvisi, sesuai dengan keinginan masyarakat. Pesan itu bisa direvisi sebagai berikut:

“Belilah produk kami produk kami yang kualitasnya bagus, harganya murah dan garansi 2 tahun serta tersedia tempat service purna jual di perwakilan kami”

Demikianlah pesan dibuat apakah berupa iklan, spanduk, brosur dan semacamnya, sampai pesan-pesan itu benar-benar dipahami oleh masyarakat luas. Kerjasama atau kolaborasi juga demikian, sesuai dengan perjalanan waktu mungkin ditemui hal-hal baru yang disepakati bersama.

Bad news cenderung menimbulkan kekecewaan, upayakanlah *glade news* yaitu informasi yang menggembirakan dan memberi harapan. Oleh sebab itu buatlah pesan yang jujur sesuai dengan kenyataannya. Pelayanan sesuai janji, *like promises, Like services*, bagaimana janji begitulah pelayanannya.

2. Menganalisis Audiens

Suatu hal yang penting adalah mengetahui sasaran, kepada siapa pesan itu disampaikan. Pengirim pesan harus yakin bahwa audiens yang akan menerima pesan ini merasa bahwa pesan itu memang sesuai dengan keperluannya. Misal produk yang mau dijual adalah sabun mandi *pembasmi kuman*, maka sasarannya adalah para petani, buruh, pekerja kasar. Kalau sabun mandinya untuk penghalus kulit sehalus kulit bintang film, tentu sasarannya

adalah masyarakat kelas atas, pekerja kantoran, eksekutif, legislatif dan sebagainya. Dibuatlah analisis **zona** yang sesuai dengan produk itu. Analisis juga dibuat berdasarkan **daya beli** masyarakat, tidak cocok mengkomunikasikan melalui iklan barang yang mahal yang tidak sesuai dengan kemampuan masyarakat, iklan atau pesan itu sia-sia. Analisis juga bisa dilakukan dan dipertimbangkan berdasarkan tingkat pendidikan, usia, budaya, dan agama. Diperlukan suatu *market research* seperti yang dilakukan oleh beberapa mini market, apakah di tempat itu memerlukan minyak goreng cap A atau Cap B, ukuran kecil, sedang atau jumbo.

3. Memilih Saluran Komunikasi.

Saluran komunikasi itu ada dua jenis yaitu: (a) saluran komunikasi personal, dan (b) saluran komunikasi nonpersonal.

a. Saluran komunikasi personal

Saluran komunikasi personal adalah apabila ada dua orang atau lebih yang berkomunikasi langsung, biasanya bertatap muka *face to face* tapi bisa juga melalui telpon, hp, wa, internet, chatting. Komunikasi langsung ini dianggap efektif, karena akan memperoleh tanggapan cepat. Dalam dunia marketing dikenal salesman, agen, *sales promotion girl*, yang gencar berkomunikasi dengan calon pelanggan. Melakukan pengenalan produk, negosiasi dan perundingan berbagai persyaratan harga, waktu penyerahan, cara pembayaran, fasilitas dsbnya. Secara personal salesman atau wiraniaga ini menghubungi seseorang, menghubungi keluarga, menghubungi komunitas yang berpotensi sebagai pembeli, sebagai pelanggan, atau sebagai mitra.

b. Saluran komunikasi non personal

Saluran komunikasi non personal adalah apabila komunikasi itu tidak dilakukan tatap muka, tetapi sudah dilakukan menggunakan media. Dalam berbisnis banyak media yang bisa digunakan seperti brosur, pamflet, iklan, siaran-siaran televisi. Semua saluran itu ada kelebihan dan kekurangannya, terutama kalau dihubungkan dengan biaya dan pilihan jangkauannya. Pada dasarnya menyangkut komunikasi lisan (oral), komunikasi tertulis (written) dan komunikasi menggunakan tayangan gambar dan film. Ada juga tayangan yang dikemas dalam bentuk wawancara menggiring audiens untuk membeli atau memilih barang produknya.

Sarana pembantu dalam saluran komunikasi ini seperti LCD, film, video clip, tampilan slide show dll. Media elektronik sekarang sudah berkembang sangat cepat dengan berbagai aplikasi, telah merambah komunikasi bisnis, seperti adanya bisnis online yang tidak mengenal batas wilayah dan waktu.

Dalam memilih saluran harus dipertimbangkan pula masalah kerahasiaan, kepentingan dan ketentuan formalitas, keberagaman audiens yang sangat kompleks, menjaga emosional dan perasaan audiens.

C. Ringkasan

Diperlukan kemampuan membuat pesan yang baik supaya dengan mudah dapat diterima oleh audien. Dalam membuat pesan dalam komunikasi bisnis ada beberapa hal yang bisa dipilih untuk ditonjolkan supaya menjadi menarik, misalnya mengenai harga (*price*) yang pantas, mutu (*quality*) yang baik, pelayanan (*service*) yang prima, atau pengiriman yang cepat, atau keunggulan-keunggulan yang lain. Perlu dipilih saluran komunikasi yang sesuai, seperti komunikasi personal yang *face to face*, atau menggunakan komunikasi non personal, disesuaikan dengan kemampuan perusahaan.

D. Pertanyaan:

1. Beri contoh mengolah pesan bisnis yang bersifat *persuading* dalam menawarkan barang.
2. Beri contoh mengolah pesan bisnis yang bersifat *collaborating*
3. Buatlah analisis audiens yang berdasarkan zonasi, dan kriteria pelanggan.
4. Apa saja pertimbangan yang diperlukan untuk memilih saluran komunikasi yang menguntungkan dalam berbisnis.

BAB V

MEDIA KOMUNIKASI

A .Pendahuluan

Komunikasi memerlukan media agar pesan itu cepat sampai dan dapat diterima serta dipahami. Terdapat media komunikasi sosial yang sekarang mampu menjangkau audien secara cepat dan akurat misalnya telpon, fax, medsos, tv, dan lain-lain. Komunikasi yang disusun dalam bentuk surat bisnis bisa disampaikan menggunakan media tersebut. Surat bisnis, surat elektronik dan sebagainya bisa berupa surat penawaran barang, surat permintaan barang, tawaran bekerjasama dalam berniaga dan lain-lain. Ada juga surat penawaran jasa seperti lamaran pekerjaan, baik perorangan maupun perusahaan, sesuai dengan minat dan keahlian masing-masing. Dalam berkomunikasi bisa dilakukan melalui visual, audio atau audio visual yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya.

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan mampu memilih dan melakukan komunikasi bisnis serta mampu membuat surat bisnis.

- Mampu memilih media komunikasi sosial (telpon, fax dan medsos)
- Mampu membuat surat bisnis
- Mampu berkomunikasi lewat telpon, internet dan medsos.

B. Memilih Media Komunikasi dan Surat Bisnis

1. Memilih Media Komunikasi Sosial.

Menurut Endang dan Mulyani (2009), media komunikasi merupakan alat atau sarana untuk melakukan dan mempermudah proses penyampaian pesan, ide dan sebagainya dari komunikator kepada komunikan, untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Fungsi media komunikasi adalah: (a) Menumbuhkan motivasi bagi para komunikan (b). Menumbuhkan daya tarik pesan atau informasi yang akan disampaikan (c). Mengefektifkan proses penyampaian pesan atau informasi (d). Mempercepat waktu yang diperlukan untuk menyampaikan informasi (e). Menjelaskan isi dan

maksud pesan atau informasi yang akan disampaikan, (f). Membuat isi pesan atau informasi lebih nyata, (g). Sebagai media hiburan dan pendidikan bagi komunikan. Komunikan atau pengirim pesan harus kreatif membuat dan menggunakan media komunikasi. Media komunikasi akan menyebarkan berita dan informasi secara lebih luas dan cepat. Karena itu, pelaku bisnis harus termotivasi menggunakan media ini untuk mengembangkan usaha. Pesan itu harus dibuat dan dirancang sedemikian rupa agar menarik.

Sekarang ini sudah banyak biro-biro iklan yang bisa membantu mendesain promosi produk. Dengan menyampaikan hal-hal apa saja yang akan ditonjolkan dalam promosi itu, biro iklan atau promosi melakukan survei untuk menentukan bagaimana Promosi itu dibuat. Promosi melalui media komunikasi akan mempercepat sampainya informasi kepada masyarakat. Berita itu meluas dan “viral” sesuai dengan daya tarik pada suguhan iklan melalui media tersebut. Yang tidak kalah pentingnya, tidak jarang kalau kata-kata dalam iklan itu menjadi hiburan masyarakat. Misalnya iklan suatu furniture yang berbunyi “kalau sudah duduk lupa berdiri” bisa menjadi menyebar dan digunakan untuk menyindir pejabat yang kalau sudah menduduki suatu jabatan seolah-olah tidak ingin diganti walau prestasinya jelek.

Jenis-jenis media komunikasi adalah (a) media visual, (b) media audio, (c) media audio visual. Penjelasan, contoh, kelebihan dan kekurangan dari media komunikasi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

| Media Visual | Media Audio | Media Audio Visual |
|---|---|---|
| <i>Media visual</i> , yaitu media yang dapat di lihat | <i>Media audio</i> , yaitu media yang dapat di dengar | <i>Media audio visual</i> , yaitu media yang dapat dilihat dan di dengarkan |
| Contoh : lukisan, foto, sinar lampu, dan media cetak | Contoh : radio, tape recorder, dan telepon | Contoh : televisi, DVD, dan film |

| | | |
|---|---|---|
| <p>Kelebihan :</p> <p>Biaya relatif murah</p> <p>Mudah dibuat dan digunakan</p> <p>Alat dan pemeliharaanya sederhana</p> <p>Dapat memperjelas suatu masalah</p> <p>Dapat mewujudkan ide abstrak ke bentuk konkret</p> <p>Dapat menimbulkan imajinasi dan inspirasi</p> | <p>Kelebihan :</p> <p>Murah dan mudah pengadaannya, jangkauan luas, dan dapat mengembangkan daya imajinasi.</p> <p>Progamnya mudah dibuat, alat perekamnya mudah digunakan dan didapatkan, dapat dipakai berulang ulang, mudah diperbanyak, dan dapat digunakan sewaktu waktu.</p> <p>Sederhana, mudah digunakan, dan dapat menyampaikan pesan secara langsung</p> | <p>Kelebihan :</p> <p>Informasi dapt disampaikan sesuai dengan kenyataan</p> <p>Dapat dimengerti keadaan /hasil yang sebenarnya</p> <p>Tidak membosankan</p> |
| <p>Kekurangan :</p> <p>Hanya untuk indra penglihatan</p> <p>Tidak bergerak</p> <p>Keterkaitan pada ukuran</p> <p>Menimbulkan rasa bosan</p> <p>Memiliki keterbatasan pemirsa</p> <p>Dapat menimbulkan penafsiran yang berbeda – beda</p> | <p>Kekurangan :</p> <p>Penyajian terikat pada jadwal, dan kecepatan penyajian sulit di kontrol</p> <p>Kecepatan informasi tidak dapat dirubah dan tidak menggambarkan unsur – unsur</p> <p>Biaya pemasangan relatif mahal, dan sering timbul gangguan – gangguan</p> | <p>Kekurangan :</p> <p>Biaya relatif mahal</p> <p>Kadang – kadang kejelasan suara kurang dipahami</p> <p>Memerlukan tempat yang tidak sedikit</p> |

2. Membuat Surat Bisnis

Surat bisnis adalah surat yang dibuat dalam rangka kegiatan usaha. Ciri surat bisnis adalah singkat, padat, to the point. Suratnya sederhana, tidak ditulis dengan kata-kata yang merayu-rayu, tetapi langsung ke tujuan. Pelaku bisnis sudah memahami benar bahwa pelaku bisnis itu sangat sibuk dan menghargai waktu. Yang penting adalah dalam surat bisnis itu harus lengkap mengenai (a) identitas perusahaan, (b) waktu menulis surat, (c) alamat surat, (d) pokok surat, (e) referensi, (f) isi surat, (g) tanda tangan. Namun demikian surat ini sangat tergantung kepada media yang digunakan, apa surat tertulis biasa, e-mail, fax. Surat tertulis dan fax biasanya berbentuk sama, hanya cara mengirimnya yang berbeda. Surat biasa dikirim via pos atau jasa hantaran, sedangkan fax dikirim melalui mesin faximile. *E-mail*, dikirim dan ditulis lewat

internet dengan alamat atau web tertentu. Sering dilakukan surat biasa yang memiliki *file* atau file hasil *scan* langsung bisa dikirim lewat e-mail.

Berikut ini adalah contoh-contoh surat bisnis hasil browsing di internet. Surat itu meliputi (a) surat lamaran kerja, (b) surat niaga.

Surat Lamaran Kerja

- Contoh Surat Lamaran Kerja Bahasa Inggris
- Contoh Surat Lamaran Kerja di Bank
- Contoh Surat Lamaran Kerja Guru
- Contoh Surat Lamaran Kerja Lengkap
- Contoh Surat Lamaran Kerja Via Email

Contoh Surat Niaga

- Contoh Surat Penawaran Barang
- Contoh Surat Penawaran Jasa
- Contoh Surat Pengaduan Barang
- Contoh Surat Perkenalan Produk Perusahaan
- Contoh Surat Permintaan Penawaran Barang

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2014/11/contoh-surat-bisnis.html#ixzz4rxewiFUX>

Berikut ini beberapa contoh surat dimaksud:

a. Surat Lamaran Kerja

Contoh-1. Surat Lamaran biasa

Banda Aceh, 15 November 2014

Kepada Yth. HRD

PT. ABC

Jln. Mawar No. 11b

Banda Aceh

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :

Tempat/Tanggal Lahir :

Alamat :

No Hp :

Pendidikan Terakhir :

Bersama ini Saya bermaksud untuk mengajukan lamaran kerja pada perusahaan Bapak/Ibu pimpin dengan posisi sebagai Tenaga Marketing.

Saya memiliki pengalaman kerja sebagai tenaga Marketing di salah satu perusahaan terkemuka di Medan. Saya siap untuk memberikan kompetensi waktu dan tenaga saya apabila diperlukan dan saya berharap supaya diberikan kesempatan wawancara dan tes lainnya.

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini turut saya lampirkan kelengkapan administrasi sebagai berikut:

1. Daftar Riwayat Hidup
2. Foto copy Ijazah
3. Foto copy Transkrip Nilai
4. Foto copy KTP
5. Pas Photo Terbaru
6. Foto copy Sertifikat

Demikian surat lamaran kerja ini saya perbuat, atas perhatian dari Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

(Nama Anda)

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2014/11/contoh-surat-lamaran-pekerjaan-yang-baik-dan-benar.html#ixzz4rxfu6KbL>

Contoh -2 Surat Lamaran Kerja Via Email

To : recruitment@cna.co.id

Cc : -

Subject : Internal Surveyor (kode posisi)

Dengan hormat,

Sesuai dengan informasi pada website, bahwa CIMB Niaga Auto Finance sedang membutuhkan tenaga kerja sebagai Internal Surveyor, maka yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ikhsan

Alamat : Jln. Lurus Terus No. 34 Banda Aceh

TTL : Banda Aceh, 05 September 1988

Pendidikan : S1 Ekonomi

Bermaksud untuk mengisi lowongan pada pekerjaan tersebut.

Bersama ini saya lampirkan satu laman daftar riwayat hidup dan data pendukung lainnya sebagai bahan pertimbangan Bapak/Ibu yang saya lampirkan dalam bentuk attachment.

Bila dikehendaki, saya bersedia memenuhi panggilan untuk di tes dan di wawancara untuk menjelaskan lebih mendalam mengenai data diri saya.

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Ikhsan

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2015/03/contoh-surat-lamaran-kerja-via-email.html#ixzz4rxhdntCs>

Contoh-3 Surat Lamaran Kerja Bahasa Inggris (1)

Jakarta, March 10 2015

Attention To:

HRD PT. Ingin Maju

Jl. Cendana No. 24b

Jakarta

Dear Sir,

I am a graduate student in Computer Science at Indonesia University, and I will be awarded an M.S. degree in May 2014. I am currently looking for a position related to Database/Graphics Package Design in the research and development department of a major company.

Before coming to Indonesia University, I designed, supervised, and completed a CAD system. The function covers vector, character and curve generation, windowing, shading, and transformations.

At Indonesia University, my research work involves Compilation of Relational Queries into Network DML. To enhance my background, I have taken some courses in computer graphics and database, and I have experience in and an understanding of the design of

databases. With this background, I certainly believe that I am competent to meet challenging tasks and can make a good contribution to your company.

Enclosed is my resume, which indicates in some detail my training and experience. I sincerely hope that my qualifications are of interest to you and that an interview might be arranged at your convenience.

Thank you for your consideration. I look forward to hearing from you soon.

Sincerely yours,

Ikhsan

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2015/03/contoh-surat-lamaran-kerja-bahasa-inggris.html#ixzz4rxq6tBpU>

b. Contoh Surat Niaga

Contoh-4 Surat Penawaran Barang (1)

Jakarta, 20 Februari 2015

Kepada Yth:

Toko Elektronik Sanjaya

Jl. Muhammad Jam No. 22 Banda Aceh

di

Tempat

Perihal: Penawaran Barang

Lampiran: 1 Buah Modul Rincian Barang dan Harga, 1 lembar Cara Pembelian dan Pembayaran.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat permintaan penawaran barang yang telah anda kirimkan kepada kami, maka bersama surat ini kami menawarkan barang-barang yang tersedia pada perusahaan kami, berikut dengan rincian barang secara rinci, daftar harga, cara pembelian dan cara pembayarannya.

Untuk lebih jelasnya kami lampirkan beberapa lampiran sebagai penunjang penawaran kami kepada Toko Elektronik Sanjaya.

Berikut lampiran yang kami sertakan:

1. 1 Buah Modul Rincian Barang dan harganya
2. Cara Pembelian dan pembayaran

Demikian surat penawaran ini kami ajukan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Manager Marketing PT ABC ELEKTRONIK

Suhardi, SE

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2015/02/contoh-surat-penawaran-barang.html#ixzz4rxkkLfae>

Contoh-5 Surat Penawaran Barang (2)

Surabaya, 30 April 2015

Kepada Yth

CV. ANUGERAH SEJAHTERA

Di-

Medan

Nomor : 045/LTR/2015

Hal : Penawaran Barang

Lamp. : 1 Berkas

Dengan Hormat,

Dengan surat ini kami bermaksud memperkenalkan perusahaan kami PT. LESTARI, dengan alamat di Jln. Sekar Sari No. 34 Medan. Kami adalah perusahaan yang bergerak dibidang distributor properti rumah tangga dan telah bekerja sama dengan berbagai toko dan perusahaan yang bergerak dibidang properti.

Karena itu sesuai informasi yang kami peroleh, CV. ANUGERAH SEJAHTERA adalah perusahaan yang menjual berbagai macam properti yang sedang berkembang pesat dan membutuhkan pasokan properti dengan harga yang bersaing.

Sehubungan hal itu, kami mengajukan penawaran untuk menjadi pemasok properti untuk perusahaan dan toko-toko yang bapak kelola. Harapan kami, penawaran ini dapat terwujud dalam bentuk kerjasama sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak. Sebagai bahan perbandingan, silahkan bapak lihat di lampiran yang berisikan daftar harga produk properti yang kami sediakan. Jika perusahaan bapak berminat kami siap melakukan pembicaraan lebih lanjut.

Demikian surat penawaran ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami sampaikan banyak terima kasih.

Hormat kami,

PT. Lestari

Ikram Syahputra
Manager Marketing

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2015/02/contoh-surat-penawaran-barang.html#ixzz4rxmy6GIs>

Contoh-6 Surat Penawaran Jasa Catering

PT. WOLLIM

Jl. Epik high

Jakarta Timur Telp. 021 12345678

Jakarta, 13 Maret 2012

Hal : Penawaran Barang dan Jasa

Lamp : Daftar Barang dan Jasa

Kepada Yth,

Saudara Kim Myungsoo

Manajer Operasional

My Wedding Dream Organization

Jl. Infinite 7

Jakarta Pusat

Dengan hormat,

Bersama surat ini kami selaku perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa catering ingin memberikan penawaran jasa kami dengan harga yang menarik. Kami akan memberika harga khusus jika perusahaan Bapak tertarik menjalin kerjasama dengan kami.

Mengenai jenis-jenis makanan yang kami sediakan, silahkan dilihat pada berkas yang telah terlampir dalam surat penawaran ini.

Sekian surat dari kami. Kami mengunggu kabar kepastian dari Anda dan semoga kita dapat saling bekerjasama. Terimakasih.

Hormat saya,

Promotion & Relation Staff

Gita Elwina

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2015/04/contoh-surat-penawaran-jasa.html#ixzz4rxnTnjdG>

Contoh-7 Surat Pengaduan (1)

TOKO INGIN MAJU

Jln. Ketapang No. 10a

Banda Aceh

25 Maret 2015

Nomor : 35/IM/IV/2015

Kepada

PT Elektronik Maju

Jln. Buntu No. 202

Jakarta

Hal : Pengaduan Kerusakan Barang

Lamp : 1 (satu) lembar faktur

Dengan hormat,

Barang pesanan dari Saudara yang berupa :

1. 22 Unit Kulkas
2. 20 Unit Mesin Cuci
3. 30 Unit TV
4. 10 Unit Kipas Angin
5. 5 Unit AC

Telah kami terima. Atas pelayanan Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Pada waktu barang pesanan dibuka, kami sedikit kecewa karena ternyata terdapat 5 Unit Kaca TV yang pecah sehingga tidak dapat dijual.

Oleh sebab itu dengan sangat menyesal, kami menyatakan bahwa 5 unit TV yang pecah akan kami kembalikan, kami mohon Saudara mengirimkan 5 unit TV yang baru. Bersama ini pula kami lampirkan faktur pembelian barang tersebut untuk lebih mempermudah penyelesaian persoalan tersebut.

Atas perhatian Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Hormat kami,

TOKO INGIN MAJU

IKHSAN

Pemilik

Contoh-8 Surat Pengaduan (2)

CV. MAJU MUNDUR

Jalan Lurus No. 123

Tangerang

Nomor : 123/MM/IV/2015

25 Maret 2015

Kepada

PT. ASRI INDAH
Jalan Kekasih No. 34
Surabaya

Hal : Pengaduan Kerusakan Barang

Dengan hormat,

Barang kiriman Saudara yang berupa 8 (delapan) buah Air Conditioner merk “Central” telah kami terima. Atas pelayanan Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Pada waktu barang akan digunakan, kami sedikit kecewa karena ternyata ada 2 (dua) buah Air Conditioner yang tidak keluar udara sejuknya.

Sesuai dengan perjanjian Saudara yang akan memberikan garansi 1 (satu) tahun dan apabila terdapat kerusakan akan memberikan pelayanan untuk memperbaiki secara cuma-cuma, maka kami mohon Saudara mengirimkan montir untuk memperbaiki barang tersebut.

Atas perhatian Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Hormat kami,
CV MAJU MUNDUR

IKHSAN
Manajer Penjualan

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2015/03/contoh-surat-pengaduan-barang.html#ixzz4rxoulxwk>

Contoh-9 Surat Lamaran Kerja Bahasa Inggris 2

Makassar, March 10 2015

Attention

To: Mr. Irfan Maulana

HRD PT. Sejahtera Selalu

Jl. Cendrawasih No. 25A

Makassar

Dear Sir,

On this good opportunity, I would like to apply as a Instrumentation and Control System Engineer in your company. My name is Abdul Khodir, 23 years old, male, single, energetic and healthy. I am a Control System Engineer and graduated from Universitas Indonesia (UI) on March 2014 with GPA 3.80. I would like to have career to expand my experience.

My personality as a hard worker and fast learner type of person would bring benefit to your company. I will be very appreciated if you could give in opportunity to work in your company.

Herewith I enclose my curriculum vitae, which will give details of my qualification.

I hope my qualifications and experience merit your consideration and look forward to your reply.

Sincerely yours,

Abdul Khodir

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2015/03/contoh-surat-lamaran-kerja-bahasa-inggris.html#ixzz4rxqwS8Ip>

Contoh – 10 Curriculum Vitae 1

CURRICULUM VITAE

Data Pribadi

Nama : Arif Munandar
Tempat, Tanggal lahir : Bandung, 24 Januari 1989
Agama : Islam
Alamat rumah : Jln. Waluyo No. 30 Bandung
Nomer Telepon & HP : 08xxxxxxxxxx
Email : arifmunandar89@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal :

2008 sampai dengan 2012 : Jurusan Sistem dan Teknologi Informasi, Institut Teknologi Bandung

2004 sampai dengan 2008 : SMA Negeri 5 Bandung

2001 sampai dengan 2004 : SLTP Negeri 8 Bandung

1995 sampai dengan 2001 : SD Angkas 1 Bandung

Pendidikan Non Formal :

2007 : Pelatihan Ilmu Komputer dan Web Developer

Riwayat Organisasi

2009 sampai dengan 2010 : Ketua Himpunan Mahasiswa Jurusan Sistem dan Teknologi Informasi

2005 sampai dengan 2006 : Ketua OSIS di SMA Negeri 5 Bandung

Pengalaman Kerja

Periode 01 April 2013 s/d 30 April 2016 : IT Consultant di PT. Contoh Surat.

Keahlian Komputer

Microsoft Office (MS. Word, MS. Excel, MS. PowerPoint) dan Internet.

Web Developer (HTML, DHTML, CSS, JavaScript, action script, XAML dll JOOMLA, DREAMWEAVER, dll)

Demikian Curriculum Vitae ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat saya,

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2016/06/contoh-curriculum-vitae-lamaran-kerja.html#ixzz4rxrPv3sY>

Contoh- 11 Curriculum Vitae 2

CURRICULUM VITAE

DATA PRIBADI

Nama : Andi Saputra

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Jln. Bandara Sultan Iskandar Muda No. 35 Aceh Besar

Tempat, Tanggal Lahir : Aceh Besar, 12 Februari 1990

Status : Belum Menikah

Agama : Islam

Tinggi Badan : 179 CM
Berat Badan : 55 Kg
Phone : 0852 60xx xxxx
E-mail : andisaputra90@gmail.com

Pendidikan Formal

2008 - 2012 : Fakultas Teknik Informatika, Universitas Serambi Mekkah Banda Aceh

2005 - 2008 : SMUN 1 Aceh Besar

2002 - 2005 : SLTPN 17 Banda Aceh

Pendidikan Nonformal

2013 Google Analytics Academy

2014 Microsoft SQL Server 2008 Database, Microsoft Certified of Achievement

2015 LIA English Course, General English Advanced Class

Pengalaman Kerja

Mei 2015 - Mei 2016 di PT Maju Makmur pada divisi Divisi Interaction sebagai Search Specialist

Pengalaman Organisasi

2009 Ketua Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Teknik Informatika USM

2008 Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Teknik Informatika USM

Kemampuan

Mengerti dan dapat mengoperasikan Microsoft Office, Personal Komputer, Windows XP, Java Script, HTML dan C++.

Mengerti SEM (Search Engine Marketing) : Search, Youtube, GDN, Facebook Ads.

Sertifikat

Search Advertising Certificate, Exp : Agustus 2017

Sumber : <http://www.contohsurat123.com/2016/06/contoh-curriculum-vitae-lamaran-kerja.html#ixzz4rxryJOBM>

A. Ringkasan

Media komunikasi adalah alat untuk menyampaikan pesan bisnis. Banyak macam media komunikasi tersebut, seperti telepon, HP, Fax, radio, TV dan medsos lainnya yang ada di antaranya bisa dioperasikan secara online karena telah memiliki program untuk mengaplikasikannya. Pebisnis harus bisa memilih saluran mana yang cocok untuk digunakan dalam mengembangkan bisnis. Penentuan cocok atau tidak itu adalah disesuaikan dengan kemampuan usahanya. Pemilihan saluran atau media itu juga harus disesuaikan dengan luasnya sasaran, jenis sasaran (audiens) yang berkaitan dengan efisiensi dan efektivitas. Harus dipilih sesuai dengan kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan media visual, audio atau audio visual.

B. Pertanyaan :

1. Berikan alasan mengapa pebisnis harus memilih saluran komunikasi untuk melaksanakan kegiatan bisnisnya.
2. Anda baru lulus kuliah di D3 Akuntansi, dan menerima informasi dari surat kabar bahwa sebuah perusahaan akan menerima karyawan untuk posisi administrasi persediaan barang. Buat surat lamaran, besertalampiran curriculum vitae.
3. Toko anda baru menerima 10 buah printer merk Cannon dari PT. Nasional. Ternyata terdapat dua buah yang cacat serius. Buat surat pengaduannya.
4. Tugas anda:
Buatlah slogan untuk mempromosikan produk lokal:
 - a. Gula merah produksi Kandungan
 - b. Apam Barabai
 - c. Rimpi Binuang
 - d. Itik Alabio
 - e. Langsung Tanjung
 - f. Sasirangan Banjarmasin

- g.** Berlian Martapura
- h.** Sapu Barikin
- i.** Dapur Nagara
- j.** Atap Margasari
- k.** Bata Sungai Tabuk
- l.** Intan Martapura
- m.** Kain Sasirangan
- n.** Pasar Terapung
- o.** Soto Banjar
- p.** Rakit Bambu Loksado
- q.** Langsung Tanjung
- r.** Ketupat Kandangan
- s.** Pulau Kambang

BAB VI

LAPORAN BISNIS

A. PENDAHULUAN

Setiap kegiatan perlu dibuat laporannya agar bisa ditindak lanjuti setelah mempelajari laporan-laporan itu. Lapaoran itu bisa disampaikan langsung secara lisan dan bisa juga secara tertulis, atau sekaligus dilaporkan secara lisan dan laporan tertulisnya, beserta penjelasan rinci yang diperlukan. Lapaoran tertulis itu

disimpan sebagai fail agar menjadi dokumen dan acuan dalam mengambil kebijakan selanjutnya

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan mampu membuat laporan bisnis, laporan memo, laporan analitikal, dan laporan formal.

- Mengetahui Laporan Lisan dan Tertulis.
- Mampu membuat laporan memo
- Mampu membuat laporan analitikal
- Mampu membuat laporan formal

B. Laporan Lisan dan Laporan Tertulis

Setelah melaksanakan tugas dari atasan, lazimnya bawahan menyampaikan laporan sebagai pertanggungjawaban pekerjaannya. Laporan bisa disampaikan secara lisan dan lebih banyak disampaikan secara tertulis.

1. Laporan lisan

Laaporan lisan dilakukan dengan menghadap atasan, ke ruangnya menceritakan langsung tentang hasil kunjungannya, hasil pengamatannya, hasil analisisnya, sehubungan dengan tugas yang diberikan kepadanya. Pimpinan bisa melakukan tanya jawab untuk mendapatkan penjelasan lisan secara lebih rinci lagi, Bila laporan lisan sudah dianggap cukup, pelapor dipersilakan meninggalkan ruangan. Pada waktu upacara bendera, ada komandan upacara melaporkan dengan suara lantang kepada inspektur upacara bahwa acara siap dimulai, dan kemudian melaporkan bahwa acara telah selesai dilaksanakan.

2. Laporan Tertulis

Laporan tertulis adalah suatu laporan diatas kertas yang memuat keterangan tentang hasil pekerjaan, hasil kunjungan, hasil analisis dan sebagainya dari tugas-tugas yang dipercayakan kepada seseorang. Laporan itu bermacam-macam sesuai dengan kesederhanaan atau rumitnya pekerjaan yang dilaksanakannya. Macam-macam laporan itu ada beberapa macam yaitu: (a) Laporan berbentuk formulir isian, (b) Laporan berbentuk surat, (c) Laporan berbentuk memorandum, (d) Laporan laboratoris, (e) Laporan Semi Formal dan (f) Laporan formal.

Laporan ini sangat penting untuk ditindaklanjuti dalam kegiatan lainnya. Pernah suatu kejadian seorang yang ditugaskan atasannya, datang melapor unjuk diri bahwa telah datang dari melaksanakan tugas. Dia membawakan oleh-oleh yang banyak dan bagus-bagus. Kemudian atasannya bertanya, mana laporan pekerjaanmu. Dia terdiam karena laporan itu belum dibuatnya. Oleh pimpinannya segala oleh-oleh itu dikembalikan, karena yang utama adalah laporan tugas bukan souvenir.

3. Laporan berbentuk formulir isian

Untuk laporan ini telah disiapkan suatu format berbentuk isian pada titik-titik yang dikosongkan, tabel-tabel yang blank (kosong), atau ruang-ruang kosong yang harus diisi. Laporan ini biasanya rutin dilaksanakan, misalnya laporan hasil produksi, laporan penjualan, laporan pengiriman barang, laporan pemakaian BBM, dan banyak lagi laporan-laporan kegiatan bisnis lainnya. Formulir-formulir ini sangat dikenal dalam pelajaran Akuntansi dan sistem Akuntansi. Laporan itu banyak sekali, sehingga agar mudah dan tidak keliru, formulir-formulir itu diberi identifikasi.

Misalnya: Laporan Penjualan diberi identifikasi LPj, Laporan Pembelian diberi identifikasi LPb, Laporan Persediaan diberi identifikasi LPs dan seterusnya sesuai dengan keperluannya.

Berikut ini diberikan contoh formulir Laporan Pendapatan sebuah Hotel di Yogyakarta. Laporan ini telah memuat kolom, lajur, yang harus diisi selama satu bulan. Telah disediakan kolom-kolom No, Nama tamu, Nomor Kamar, Kode Kelas, Nama Kelas, Tanggal Cek In, Tanggal Cek Out, Lama Menginap, Tarif per hari, Biaya Menginap, Discon, Pajak, dan Total Bayar. Laporan ini dibuat oleh bagian Akuntansi berdasarkan data yang diterimanya dari *receptionis* atau *front office hotel*. Sekarang laporan semacam ini telah dilakukan secara komputerisasi dan sudah tersedia programnya, atau didesain sendiri sesuai keperluannya.

Contoh-12. Laporan Berbentuk Formulir.

| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M |
|----|-------------------------------|------------|----------|------------|------------------|----------------|-------------------|---------------|--------------|----------------|-------------------|-----------|-------------|
| 1 | LAPORAN PENDAPATAN HOTEL | | | | | | | | | | | | |
| 2 | HOTEL MURAH MERIAH YOGYAKARTA | | | | | | | | | | | | |
| 3 | BULAN : JANUARI 2011 | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | No | Nama Tamu | No Kamar | Kode Kelas | Kelas | Tanggal Cek in | Tanggal Cek Out | Lama Menginap | Tarif / Hari | Biaya Menginap | Disc 10% 3 Hari > | Pajak 10% | Total Bayar |
| 6 | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | 1 | Ahmad | 21 | C | | 01-Jan-11 | 03-Jan-11 | | | | | | |
| 8 | 2 | Budiyanto | 11 | B | | 03-Jan-11 | 07-Jan-11 | | | | | | |
| 9 | 3 | Fajriyanto | 01 | A | | 04-Jan-11 | 06-Jan-11 | | | | | | |
| 10 | 4 | Muhammad | 22 | C | | 05-Jan-11 | 07-Jan-11 | | | | | | |
| 11 | 5 | Mukhlisin | 02 | A | | 05-Jan-11 | 06-Jan-11 | | | | | | |
| 12 | 6 | Santoso | 12 | B | | 06-Jan-11 | 11-Jan-11 | | | | | | |
| 13 | 7 | Mukminin | 03 | A | | 06-Jan-11 | 09-Jan-11 | | | | | | |
| 14 | 8 | Amaruddin | 23 | C | | 07-Jan-11 | 09-Jan-11 | | | | | | |
| 15 | 9 | Abdullah | 24 | C | | 08-Jan-11 | 14-Jan-11 | | | | | | |
| 16 | 10 | Abdurahman | 13 | B | | 09-Jan-11 | 12-Jan-11 | | | | | | |
| 17 | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | | | | | | | | | | | | | |
| 19 | | | | | | | | | | | | Total | - |
| 20 | | | | | | | | | | | | | |
| 21 | | | | Kode Kelas | Kelas | Jumlah Penyewa | Jumlah Pendapatan | | | | | | |
| 22 | | | | | | | | | | | | | |
| 23 | | | | A | | | | | | | | | |
| 24 | | | | B | | | | | | | | | |
| 25 | | | | C | | | | | | | | | |
| 26 | | | | | | | | | | | | | |
| 27 | | | | | Total Pendapatan | | - | | | | | | |
| 28 | LAPORAN / TABEL / | | | | | | | | | | | | |

Sumber: <http://indonique.blogspot.co.id/2013/05/contoh-laporan-omset-penjualan.html>

4. Laporan berbentuk Surat

Laporan berbentuk surat, yaitu sebuah laporan yang berbentuk narasi, tidak ada tabel, atau ruang kosong yang harus diisi. Laporan ini bersifat pribadi, maka laporan itu ditulis menurut versi penulisnya. Kalau sifatnya formal diperlukan struktur laporan, misalnya pendahuluan, isi, penutup, atau lebih lengkap lagi. Laporan berbentuk tulisan ini ada bermacam-macam: (a) Laporan memorandum, (b) Laporan laboratoris, (c) Laporan semi-formal dan Laporan Formal. Semua bentuk laporan yang berbentuk surat ini mempunyai kegunaan sendiri-sendiri.

- **Laporan Memorandum**

Laaporan berbentuk memorandum lazimnya pendek dan singkat, seperti saran, nota, catatan. Laporan bawahan kepada atasan atau bagian-bagian organisasi.

Perintah singkat atasan kepada bawahan secara singkat dan kadang-kadang dianggap atau berkonotasi darurat. Biasanya di kantor ada yang menyediakan kertas memo, agar bentuknya seragam.

- **Laporan Laboratoris dan Laporan Analitikal.**

Laporan laboratoris memuat hasil kerja laboratorium, misalnya laporan laboratorium tentang pengujian kualitas barang apakah telah sesuai dengan SNI (Standar Nasional Indonesia). Laporan ini biasanya telah memiliki format tertentu. Dalam laporan laboratoris biasanya dilengkapi saran-saran perbaikannya.

Laporan analitikal adalah sebuah hasil analisis situasi, misalnya analisa pasar, tentang daya beli, barang yang dikehendaki masyarakat. Laporan tentang keadaan persaingan bisnis serta perubahan yang mungkin terjadi akan adanya regulasi dari pemerintah. Laporan Formal dan Semi-formal

Laporan formal adalah laporan yang memenuhi persyaratan- persyaratan tertentu sebagai contoh adalah Laporan Hasil Pemeriksaan Akuntansi oleh Kantor Akuntan Publik. Bentuk laporan dari KAP ini sudah diatur oleh suatu standar formal yaitu SAK Indonesia. Laporan semi- formal, yaitu satu atau dua persyaratan dari persyaratan laporan itu tidak terpenuhi, biasanya adalah Laporan Keuangan untuk keperluan internal.

5. Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hal yang harus dibuat oleh setiap pengusaha dalam periode waktu tertentu.

Contoh-13 Laporan Keuangan Sederhana Untuk UKM Atau Bisnis **Baru**

January 26, 2018 abcsmg [Uncategorized](#)

[No Comments on Contoh Laporan Keuangan Sederhana Untuk UKM Atau Bisnis Baru](#)



Laporan keuangan akan membantu Anda dalam mengetahui kondisi finansial dari bisnis yang Anda jalankan. Namun, dalam penyusunan laporan keuangan ini ada banyak rangkaian yang harus dilakukan sehingga prosesnya pun memakan waktu cukup lama. Mempelajari cara membuat laporan keuangan belum cukup bila hanya dihafalkan, tapi harus langsung dipraktekkan. Berikut contoh laporan keuangan yang bisa Anda jadikan referensi.

Pertama-tama, yang perlu Anda lakukan adalah membuat transaksi penjualan dan transaksi pembelian. Dalam pembuatan ini, buku catatan yang dilibatkan adalah buku catatan pembelian, kas, persediaan barang, dan utang. Pertama-tama Anda harus menghitung neracanya dulu. Penghitungan neraca didapat dengan menghitung jumlah modal dan utang.

Contoh Soal:

Pak Andi telah mendirikan bisnis kue nastarnya sejak satu tahun yang lalu dengan modal sebesar Rp5.000.000. Dari bisnisnya tersebut, jumlah keuntungannya terus bertambah hingga ia berhasil memegang uang tunai sebesar Rp3.000.000 saat ini. Di gudang terdapat persediaan barang sebesar Rp4.000.000. dalam melakukan kegiatan operasionalnya, Pak

Andi juga utang ke supplier sebanyak Rp2.000.000. Pada tanggal 1 Desember, Pak Andi melakukan transaksi penjualan dengan seorang pelanggannya dan berhasil mengirim kue nastarnya sejumlah Rp1.000.000. lalu 3 hari setelahnya, pelanggannya yang ada di Lombok ingin memesannya juga sehingga transaksi yang terjadi sebesar Rp1.500.000.

Seperti yang telah disebutkan bahwa langkah awal adalah dengan membuat neracanya.

Neraca

| Aktiva | Saldo | Passiva | Saldo |
|-------------------|-------------|-------------------|-------------|
| Uang Tunai | Rp3.000.000 | Utang | Rp2.000.000 |
| Persediaan Barang | Rp4.000.000 | Modal | Rp5.000.000 |
| Saldo Keseluruhan | Rp7.000.000 | Saldo Keseluruhan | Rp7.000.000 |

Satu hal yang perlu diingat dalam pembuatan neraca adalah harus seimbang antara jumlah aktiva dan passivanya. Contoh neraca dia atas adalah neraca yang benar karena jumlah total keseluruhan antara kolom yang kiri sama dengan yang kanan. Setelah selesai, kini saatnya Anda menyusun perubahan. Adanya transaksi penjualan yang dilakukan Pak Andi akan mempengaruhi laporan pada buku kas dan buku penjualan. Berikut cara menyusun laporan keuangannya.

Buku Kas

| Tanggal | Keterangan | Debet | Kredit | Saldo |
|-------------|-----------------|-------------|--------|-------------|
| 30 November | Saldo kas awal | Rp3.000.000 | | Rp3.000.000 |
| 1 Desember | Penjualan Tunai | Rp1.000.000 | | Rp4.000.000 |
| 4 Desember | Penjualan Tunai | Rp1.500.000 | | Rp5.500.000 |

Buku Penjualan

Selain buku kas, Adana transaksi penjualan tersebut tentu saja juga harus dicatat ke dalam Buku Penjualan. Berikut rinciannya.

| Tanggal | Keterangan | Jumlah |
|------------|------------|-------------|
| 1 Desember | Omset | Rp1.000.000 |

4 Desember

Penjualan Tunai

Rp1.500.000

Dalam prakteknya, sebuah bisnis tak hanya menerima pendapatan sebagai hasil dari penjualan barangnya. Untuk bisa menghasilkan produk tersebut, sebuah perusahaan perlu mengeluarkan sejumlah uang tertentu yang disebut dengan biaya operasionalnya. Maka dari itu, laporan keuangan juga tak hanya seputar pendapatan tapi juga pengeluaran. Berikut lanjutan contoh soal mengenai pengeluaran bisnis Pak Andi.

Pada prakteknya, Pak Andi mengeluarkan biaya seperti membayar tagihan listrik sebesar Rp700.000 pada tanggal 6 Desember. Selain itu, untuk mendukung kegiatan promosinya beliau juga harus membayar tagihan internet sebesar Rp500.000 di hari yang sama. Pak Andi juga harus mengantarkan kue-kuenya ke para konsumennya sehingga ia pun menghabiskan uang Transport sebesar Rp100.000 seminggu setelahnya. maka berikut penghitungan pada laporan keuangannya. Perlu Anda ketahui bahwa aktivitas pengeluaran ini akan mempengaruhi buku kas dan buku biaya.

Buku Kas

Di buku kas, Anda harus mencatat semuanya, bukan hanya biaya tapi juga saldo awal serta hasil penjualan tunai yang diterima. Sehingga penulisannya sebagai berikut.

| Tanggal | Keterangan | Debet | Kredit | Saldo |
|-------------|------------------|-------------|-----------|-------------|
| 30 November | Saldo Kas Awal | Rp3.000.000 | | Rp3.000.000 |
| 1 Desember | Penjualan Tunai | Rp1.000.000 | | Rp4.000.000 |
| 4 Desember | Penjualan Tunai | Rp1.500.000 | | Rp5.500.000 |
| 6 Desember | Tagihan Listrik | | Rp700.000 | Rp4.800.000 |
| 6 Desember | Tagihan Internet | | Rp500.000 | Rp4.300.000 |
| 13 Desember | Biaya Transport | | Rp100.000 | Rp4.200.000 |

Buku Biaya

Berbeda dengan buku kas, di buku biaya ini Anda hanya memasukkan sejumlah biaya yang diperlukan untuk kegiatan operasional, tanpa harus menuli saldo serta penjualan tunai. Jadi, lebih sederhana dibanding buku kas.

Tanggal

Keterangan

Jumlah

| | | |
|-------------|------------------------|-----------|
| 6 Desember | Tagihan Listrik | Rp700.000 |
| 6 Desember | Tagihan Internet | Rp500.000 |
| 13 Desember | Transport Antar Barang | Rp100.000 |

Bagaimana, membuat laporan keuangan tidak sesulit yang Anda bayangkan, bukan? Dengan mengetahui prinsip dasar membuat laporan keuangan sederhana di atas, Anda dapat lebih mudah memahami kondisi keuangan Anda. Jadi, apakah Anda sudah siap membuat laporan keuangan Anda? Selamat mencoba!

Source: <http://disini.solusiukm.com/contoh-laporan-keuangan-sederhana-untuk-ukm-atau-bisnis-baru/?a=VP20KQN2>

<http://abcsemanggi.com/contoh-laporan-keuangan-sederhana-untuk-ukm-atau-bisnis-baru/> (tersedia 19/3/2018)

Contoh-14 Laporan Keuangan Hasil Pemeriksaan KAP

1. Laporan Laba Rugi

Sesuai dengan namanya, laporan laba rugi berfungsi untuk membantu Anda mengetahui apakah bisnis berada dalam posisi laba atau rugi. Laporan laba rugi biasa juga disebut sebagai *income statement* atau *profit and loss statement*.

Umumnya, ada dua cara yang digunakan untuk menyusun laporan laba rugi, yaitu ***single step* (cara langsung)** dan ***multiple step* (cara bertahap)**. Metode ***single step*** relatif lebih mudah dibandingkan ***multiple step***. Anda hanya perlu menjumlahkan seluruh pendapatan dari atas sampai bawah menjadi satu kelompok, kemudian mengurangnya dengan total beban atau biaya dalam periode yang berlaku. Sedangkan, pada metode ***multiple step***, pendapatan dipisah menjadi dua kategori, yaitu pendapatan operasional (yang berasal dari kegiatan pokok) perusahaan dan pendapatan non operasional (yang berasal dari luar kegiatan pokok) perusahaan. Pembagian kategori tersebut juga berlaku pada beban atau biaya.

Ada beberapa aspek penting yang harus ditulis dalam laporan laba rugi, diantaranya adalah pendapatan, laba rugi usaha, beban pinjaman, beban pajak, laba atau rugi perusahaan, pos luar biasa, dan hak minoritas. Laba rugi perusahaan ini mencakup laba atau rugi dari aktivitas normal perusahaan, laba rugi usaha untuk periode berjalan dan juga laba rugi perusahaan afiliasi dan asosiasi berdasarkan metode ekuitas. Gambar berikut menunjukkan contoh sederhana bagi laporan laba rugi perusahaan.

PT. AMELIA MERCHANDISE
Laporan Laba Rugi (PL)
 Periode 01 Januari 2018 s.d 31 Januari 2018
 Klasifikasi : Semua

| Akun | 31-Jan-2018 |
|--|-----------------------|
| 4.0.00 - PENDAPATAN | |
| 4.1.00 - PENDAPATAN USAHA | |
| 4.1.01 - Pendapatan | 756.674.007,67 |
| TOTAL PENDAPATAN | 756.674.007,67 |
| 5.0.00 - HARGA POKOK PENJUALAN | |
| 5.1.00 - HARGA POKOK PENJUALAN | |
| 5.1.01 - Harga Pokok Penjualan | 218.183.154,46 |
| 5.2.00 - HARGA POKOK BARANG DAGANG | |
| 5.2.01 - Pembelian | 10.050.900,00 |
| TOTAL HARGA POKOK PENJUALAN | 228.234.054,46 |
| LABA KOTOR (TOTAL PENDAPATAN - TOTAL HARGA POKOK PENJUALAN) | 528.439.953,21 |
| 6.0.00 - BIAYA | |
| 6.1.00 - BIAYA USAHA | |
| 6.1.01 - Biaya Umum dan Administratif | 173.690.748,94 |
| TOTAL BIAYA | 173.690.748,94 |
| TOTAL PENDAPATAN USAHA (TOTAL LABA KOTOR - TOTAL BIAYA) | 354.749.204,27 |
| 7.0.00 - PENDAPATAN LAINNYA | |
| 7.1.00 - PENDAPATAN DILUAR USAHA | |
| 7.1.01 - Pendapatan Lainnya | 500.192,32 |
| TOTAL PENDAPATAN LAINNYA | 500.192,32 |
| 8.0.00 - BIAYA LAINNYA | |
| 8.1.00 - BIAYA DILUAR USAHA | |
| 8.1.01 - Biaya Lainnya | 2.945.185,18 |
| TOTAL BIAYA LAINNYA | 2.945.185,18 |
| TOTAL PENDAPATAN DILUAR USAHA (TOTAL PENDAPATAN LAINNYA - TOTAL BIAYA LAINNYA) | (2.444.992,86) |
| LABA/RUGI BERSIH (TOTAL PENDAPATAN USAHA + TOTAL PENDAPATAN DILUAR USAHA) | 352.304.211,41 |

Contoh -15 Laporan keuangan untuk laporan laba rugi perusahaan

2. Laporan Arus Kas

Disebut juga dengan laporan cash flow, laporan arus kas digunakan perusahaan untuk menunjukkan **aliran masuk dan keluar kas perusahaan** pada periode tertentu. Lebih dari itu, laporan arus kas juga dapat berfungsi sebagai indikator jumlah arus kas di masa mendatang berdasarkan data arus kas terkini. Laporan jenis ini jugalah yang menjadi alat pertanggungjawaban arus kas masuk dan arus kas keluar selama periode pelaporan.

Anda bisa melihat laporan arus kas masuk dari beberapa sumber. Contohnya seperti hasil dari kegiatan operasional dan kas yang diperoleh dari pendanaan atau pinjaman. Sementara itu, arus kas keluar bisa dilihat dari seberapa banyak jumlah beban biaya yang dikeluarkan perusahaan, baik untuk kegiatan operasional maupun investasi.

PT. AMELIA MERCHANDISE
Laporan Arus Kas
 Periode 01 Januari 2018 s.d 31 Januari 2018
 Klasifikasi: Semua

| A. ARUS KAS DARI OPERASIONAL | |
|--|-------------------------|
| Penerimaan Kas dari Pelanggan | |
| 4.1.01.01 - Penjualan | 777.882.959,58 |
| 4.1.01.02 - Potongan Penjualan | (11.650.951,91) |
| 4.1.01.03 - Retur Penjualan | (9.558.000,00) |
| 1.1.03.01 - Kenaikan Pada Piutang Usaha | (488.202.500,00) |
| 2.1.02.01 - Kenaikan Pada Utang PPN Keluaran | 9.120.000,00 |
| 2.1.04.04 - Kenaikan Pada Pendapatan Diterima Dimuka | 500.000,00 |
| 1.1.07.04 - Kenaikan Pada Pajak Dibayar Dimuka PPh 23 | (1.995.000,00) |
| Total Penerimaan Kas dari Pelanggan | 276.096.507,67 |
| Kas yang Dibayarkan ke Vendor | |
| 2.1.01.01 - Kenaikan Pada Utang Usaha | 15.213.020,00 |
| 1.1.07.01 - Kenaikan Pada Pajak PPN Masukan | (225.000,00) |
| 5.1.01.01 - Harga Pokok Penjualan | (218.183.154,46) |
| 5.2.01.01 - Pembelian | (10.050.900,00) |
| Total Kas yang Dibayarkan ke Vendor | (213.246.034,46) |
| Kas yang Dibayarkan untuk Pajak | |
| 1.1.01.01 - Penurunan Pada Kas besar | 235.590.700,00 |
| Total Kas yang Dibayarkan untuk Pajak | 235.590.700,00 |
| Kas yang Dibayarkan untuk Beban Pokok Penjualan Operasional | |
| Total Kas yang Dibayarkan untuk Beban Pokok Penjualan Operasional | 0,00 |
| Kas yang Dibayarkan untuk Biaya Operasional | |
| 6.1.01.01 - Biaya Gaji | (125.920.000,00) |
| 6.1.01.06 - Biaya Insentif dan Bonus | (5.000.000,00) |
| 6.1.01.08 - Biaya Makan | (1.150.000,00) |
| 6.1.01.09 - Biaya Medis | (200.000,00) |
| 6.1.01.10 - Biaya Perjalanan Dinas | (300.000,00) |
| 6.1.01.11 - Biaya Transportasi, BBM, Toll & Parkir | (350.000,00) |
| 6.1.01.12 - Biaya Listrik | (12.700.000,00) |
| 6.1.01.13 - Biaya Gas | (200.000,00) |
| 6.1.01.16 - Biaya Keamanan dan Kebersihan | (350.000,00) |
| 6.1.01.18 - Biaya ATK & Fotocopy | (500.000,00) |
| 6.1.01.19 - Biaya Perlengkapan | (3.970.353,00) |
| 6.1.01.22 - Biaya Servis dan Pemeliharaan | (160.000,00) |
| 6.1.01.24 - Biaya Entertainment dan Representasi | (1.000.000,00) |
| 6.1.01.33 - Biaya Operasional Lainnya | (2.940.000,00) |
| 6.1.01.34 - Biaya Penyusutan Bangunan Kantor | (5.326.206,14) |
| 6.1.01.35 - Biaya Penyusutan Kendaraan | (9.406.250,00) |
| 6.1.01.36 - Biaya Penyusutan Peralatan Kantor | (4.217.939,80) |
| 1.2.01.08 - Kenaikan Pada Akumulasi Penyusutan Kendaraan | 9.406.250,00 |
| 1.2.01.10 - Kenaikan Pada Akumulasi Penyusutan Peralatan Kantor | 4.217.939,80 |
| Total Kas yang Dibayarkan untuk Biaya Operasional | (160.066.559,14) |
| Kas yang Dibayarkan/Diterima Lainnya | |
| 7.1.01.04 - Pendapatan Diluar Usaha Lainnya | 192,32 |
| 7.1.01.02 - Laba Atas Selisih Kurs | 500.000,00 |
| 8.1.01.03 - Rugi Atas Selisih Kurs | (2.945.185,18) |
| Total Kas yang Dibayarkan/Diterima Lainnya | (2.444.992,86) |
| TOTAL ARUS KAS DARI OPERASIONAL | 135.929.621,21 |
| B. ARUS KAS DARI INVESTASI | |
| Kas dari Investasi | |
| 1.2.01.03 - Kenaikan Pada Kendaraan | (5.500.000,00) |
| 1.2.01.05 - Kenaikan Pada Peralatan Kantor | (10.000.000,00) |
| Total Kas dari Investasi | (15.500.000,00) |
| TOTAL ARUS KAS DARI INVESTASI | (15.500.000,00) |
| C. ARUS KAS DARI PENDANAAN | |
| Kas dari Pendanaan | |
| 3.1.01.01 - Kenaikan Pada Modal Disetor | 100.600.000,00 |
| Total Kas dari Pendanaan | 100.600.000,00 |
| TOTAL ARUS KAS DARI PENDANAAN | 100.600.000,00 |
| KAS PADA SAAT AWAL PERIOD | 1.063.668.218,92 |
| TOTAL KAS YANG DITERIMA | 221.029.621,21 |
| KAS PADA SAAT AKHIR PERIOD | 1.284.697.840,13 |

Contoh-16 Laporan arus kas perusahaan

3. Laporan Perubahan Modal

Laporan keuangan jenis ini menyediakan informasi tentang jumlah modal yang dimiliki bisnis Anda selama periode tertentu. Melalui laporan perubahan modal, Anda bisa mendapatkan data mengenai seberapa besar perubahan modal yang telah terjadi, lengkap dengan penyebab perubahannya. Idealnya, [untuk menyusun laporan perubahan modal](#), Anda membutuhkan beberapa data khusus, seperti modal pada awal periode, pengambilan dana pribadi oleh pemilik untuk tahun yang bersangkutan, dan jumlah laba bersih atau rugi bersih pada periode terkait. Dengan kata lain, Anda harus menyusun laporan laba rugi terlebih dulu sebelum membuat laporan perubahan modal.

| PT. AMELIA MERCHANDISE | |
|---|-------------------------|
| Laporan Perubahan Modal (EQ) | |
| Untuk tahun yang berakhir 31 Januari 2018 | |
| Klasifikasi: Semua | |
| Modal (Awal) per 31 Desember 2017 | 293.560.000,00 |
| Modal (Tambahan) untuk Tahun yang berakhir 31 Jan 2018 | 100.600.000,00 |
| Saldo Laba Ditahan per 31 Des 2017 | 917.297.687,14 |
| Saldo Laba Tahun Berjalan untuk Tahun yang berakhir 31 Jan 2018 | 352.304.211,41 |
| Dividen untuk Tahun yang berakhir 31 Jan 2018 | 0,00 |
| Saldo Laba Ditahan per 31 Jan 2018 | 1.269.601.898,55 |
| Modal Akhir | 1.663.761.898,55 |

Contoh laporan perubahan modal perusahaan

4. Laporan Neraca

Dalam ilmu akuntansi, neraca disebut dengan istilah *balance sheet*. Laporan neraca berfungsi untuk menunjukkan **kondisi, informasi, dan posisi keuangan bisnis Anda pada tanggal yang ditentukan**. Dengan menyusun laporan neraca, Anda bisa mengetahui data tentang jumlah aktiva berupa harta atau aset, kewajiban berupa utang, dan ekuitas atau modal perusahaan. Neraca terdiri dari tiga unsur, yaitu aset, liabilitas, dan ekuitas. Apabila ketiganya dihubungkan dengan persamaan akuntansi, maka akan terbentuk rumus seperti berikut: *Aset = liabilitas + ekuitas*.

PT. AMELIA MERCHANDISE
Laporan Neraca (BS)
 Periode 01 Januari 2018 s.d 31 Januari 2018
 Klasifikasi: Semua

| Akun | 31 Januari 2018 |
|--|-------------------------|
| 1.0.00 - ASET | |
| 1.1.00 - ASET LANCAR | |
| 1.1.01 - Kas | 800.224.338,54 |
| 1.1.01.01 - Kas besar | 554.904.337,64 |
| 1.1.01.02 - Petty Cash | 245.320.000,90 |
| 1.1.02 - Bank | 463.165.395,19 |
| 1.1.02.01 - Bank BCA | 209.034.840,00 |
| 1.1.02.02 - Bank USD | 87.165.185,20 |
| 1.1.02.04 - Mandiri IDR | 57.214.600,00 |
| 1.1.02.05 - BNI | 639.000,00 |
| 1.1.02.06 - Bank BCA Yen | 1.204.400,00 |
| 1.1.02.07 - CIMB USD | 110.224.369,99 |
| 1.1.02.08 - Bank HSBC | (2.400.000,00) |
| 1.1.02.09 - kas besar | 83.000,00 |
| 1.1.03 - Piutang | 1.279.209.150,00 |
| 1.1.01.03 - Deposit Tiket | 10.000.000,00 |
| 1.1.03.01 - Piutang Usaha | 1.264.419.150,00 |
| 1.1.03.03 - Piutang Karyawan | 4.790.000,00 |
| 1.1.05 - Persediaan | 670.327.992,31 |
| 1.1.05.01 - Persediaan Barang Dagang | 670.327.992,31 |
| 1.1.06 - Perlengkapan | 1.150.000,00 |
| 1.1.06.01 - Perlengkapan Kantor | 1.150.000,00 |
| 1.1.07 - Pajak Dibayar Dimuka | 21.849.919,00 |
| 1.1.07.01 - Pajak PPN Masukan | 18.698.719,00 |
| 1.1.07.04 - Pajak Dibayar Dimuka PPh 23 | 3.151.200,00 |
| 1.1.08 - Biaya Dibayar Dimuka | (94.160.000,00) |
| 1.1.08.02 - Uang Muka/Pinjaman Kepada Karyawan | (5.950.000,00) |
| 1.1.08.03 - Uang Muka Pembelian | (88.010.000,00) |
| 1.1.08.04 - Cash Advance | (200.000,00) |
| 1.1.08.06 - cashbon / pinjaman | 0,00 |
| 1.2.00 - ASET TIDAK-LANCAR | |
| 1.2.01 - Aset Tetap | 995.278.604,05 |
| 1.2.01.02 - Bangunan | 1.000.000.000,00 |
| 1.2.01.03 - Kendaraan | 105.550.000,00 |
| 1.2.01.05 - Peralatan Kantor | 16.779.000,00 |
| 1.2.01.07 - Akumulasi Penyusutan Bangunan | (36.492.872,81) |
| 1.2.01.08 - Akumulasi Penyusutan Kendaraan | (55.760.416,66) |
| 1.2.01.10 - Akumulasi Penyusutan Peralatan Kantor | (34.797.106,48) |
| 1.2.04 - KITCHEN MACHINERY | 100.000,00 |
| 1.2.04.01 - Freezer | 100.000,00 |
| TOTAL ASET | 4.137.145.399,09 |
| 2.0.00 - KEWAJIBAN | |
| 2.1.00 - KEWAJIBAN LANCAR | |
| 2.1.01 - Utang | 2.314.649.860,00 |
| 2.1.01.01 - Utang Usaha | 2.314.649.860,00 |
| 2.1.02 - Utang Pajak | 80.381.640,54 |
| 2.1.02.01 - Utang PPN Keluaran | 79.449.954,54 |
| 2.1.02.02 - Utang PPh 21 | 803.686,00 |
| 2.1.02.04 - Utang PPh 23 | 128.000,00 |
| 2.1.03 - Biaya Terutang (Masih Harus Dibayar) | 77.352.000,00 |
| 2.1.03.01 - Utang Gaji/Upah | 57.570.000,00 |
| 2.1.03.03 - Utang BPJS Kesehatan | (218.000,00) |
| 2.1.03.06 - Utang Depodit | 20.000.000,00 |
| 2.1.04 - Utang Lainnya | 1.000.000,00 |
| 2.1.04.04 - Pendapatan Diterima Dimuka | 500.000,00 |
| 2.1.04.05 - Utang Lainnya | 500.000,00 |
| TOTAL KEWAJIBAN | 2.473.383.500,54 |
| 3.0.00 - EKUITAS | |
| 3.1.00 - EKUITAS | |
| 3.1.01 - Modal | 394.160.000,00 |
| 3.1.01.01 - Modal Disetor | 393.460.000,00 |
| 3.1.01.02 - Utang Direksi | 700.000,00 |
| 3.1.02 - Saldo Laba | 1.269.601.898,55 |
| 3.1.02.01 - Saldo Laba Ditahan | 917.297.687,14 |
| 3.1.02.02 - Saldo Laba Tahun Berjalan | 352.304.211,41 |
| TOTAL EKUITAS | 1.663.761.898,55 |
| TOTAL KEWAJIBAN DAN MODAL | 4.137.145.399,09 |

Contoh -17 Laporan keuangan untuk laporan neraca perusahaan

5. Laporan Atas Laporan Keuangan

Belum terlalu familiar dengan jenis laporan keuangan satu ini? Laporan atas laporan keuangan adalah laporan yang pembuatannya berkaitan dengan laporan yang disajikan. Tujuan pembuatannya adalah untuk memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai hal-hal yang tertera di laporan-laporan jenis lainnya. Tak ketinggalan untuk menyediakan sebab atau alasan terkait data keuangan yang disajikan. Penyusunan laporan atas laporan keuangan akan memudahkan Anda dalam memahami laporan keuangan lainnya secara lebih mudah dan efisien.

Laporan keuangan kini dapat dengan mudah didapatkan langsung dari *software* akuntansi yang Anda gunakan. Keempat contoh laporan diatas didapatkan hanya dengan 1 klik melalui Sleekr Accounting. Penting bagi pemilik usaha untuk mengetahui dan memahami laporan keuangan perusahaan, baik itu perusahaan dagang, jasa maupun manufaktur. Tentunya terdapat perbedaan untuk laporan keuangan perusahaan jasa, dagang maupun manufaktur. Tetapi yang penting adalah laporan ini haruslah sesuai dengan Standar Akuntansi Indonesia yang berlaku.

D. Ringkasan

Setiap kegiatan bisnis perlu didokumentasikan, karena kegiatan bisnis itu selalu berhubungan dengan bukti-bukti (nota, kwitansi, faktur, bukti transfer dan sebagainya). Selain itu dalam kegiatan itu perlu ada laporan yang bisa digunakan untuk back up kalau terjadi sesuatu, atau untuk menghimpun data bisnis sebagai bahan kebijakan selanjutnya. Laporan lisan memang tidak tertulis, tetapi laporan lisan pun bisa didokumentasikan. Laporan keuangan berguna untuk melihat kemajuan perusahaan Selain itu banyak lagi laporan lainnya seperti laporan memorandum, laporan laboratoris dan laporan analitikal, laporan formal dan semi formal.

C. Pertanyaan dan tugas:

1. Buatlah secara berkelompok contoh 10 buah surat memo dengan berbagai kegiatan yang berbeda. Lihat struktur organisasi untuk mengerjakannya.
2. Buatlah secara berkelompok format untuk melaporkan pengiriman tanah laterit dari lokasi penambangan galian C ke sebuah proyek jalan di Bandara Syamsuddin Noor.
3. Cari 5 contoh Laporan Hasil Pemeriksaan Akuntan Publik pada sebuah perusahaan. Buat analitikal dari terhadap laporan itu itu berkaitan dengan komunikasi bisnis.

BAB VII MEMBUAT PROPOSAL BISNIS

A. Pendahuluan

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang (perusahaan) dilakukan sebagai upaya untuk memenuhi tujuan yang telah disepakati bersama atau rencana kegiatan yang akan dilakukan itulah yang disebut proposal. Dengan kata lain, dalam kegiatan itu tentunya ada hal yang harus dilengkapi sebagai prasyarat yang bisa memudahkan dalam menjalankan kegiatan yang akan dilaksanakan. Prasyarat yang dimaksud adalah proposal kegiatan. Proposal dibuat sebagai rencana atau garis besar kegiatan yang akan dijalankan walaupun terkadang masih ada beberapa hal yang kurang sesuai dengan implementasinya di lapangan.

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan dapat memahami tentang membuat prosal bisnis.

1. Pengertian proposal bisnis
2. Kegunaan proposal bisnis
3. Jenis-jenis proposal bisnis
4. Syarat-syarat proposal bisnis yang baik
5. Merencanakan dan menyusun proposal bisnis

B. Pengertian Proposal Bisnis

Proposal berasal dari bahasa inggris yaitu "*to propose*" yang artinya mengajukan, secara bahasa proposal dapat di artikan sebagai "bentuk pengajuan atau permohonan". penawaran itu bisa berupa ide, gagasan, pemikiran atau sebuah rencana kerja yang ditujukan kepada pihak lain untuk mendapatkan dukungan, baik itu yang sifatnya izin, persetujuan, "dana" dan lain-lain. Proposal bisa juga diartikan sebagai sebuah tulisan/pemaparan yang dibuat oleh penulis yang bertujuan untuk melakukan penjabaran atau menjelaskan sebuah rencana dengan suatu tujuan atau kegiatan kepada pembaca atau pihak yang menjadi target. Proposal bisnis merupakan tulisan yang berisi rencana atau usulan untuk melakukan suatu kegiatan tertentu (Haryani dalam Dewi, 2006:138). Hasnun Anwar (2004:73) proposal adalah: rencana yang disusun utnuk kegiatan tertentu. Jay (2006:1) proposal adalah alat bantu manajemen standar agar manajemen dapat berfungsi secara efisien.

Proposal sebagai rencana yang sudah tersusun rapi akan sangat memudahkan dalam menjalankan kegiatan yang akan dilakukan. Proposal merupakan sebuah tulisan yang dibuat untuk menjelaskan sebuah tujuan kepada si pembaca (individu atau kelompok) sehingga mereka memperoleh pemahaman mengenai tujuan tersebut secara lebih mendetail. Di-harapkan dari proposal tersebut dapat memberikan informasi yang sedetail mungkin kepada si pembaca, sehingga akhirnya memperoleh persamaan visi, misi, dan tujuan.

Proposal bisnis dapat dirumuskan sebagai sebuah rencana berupa tulisan yang dituangkan dalam bentuk rancangan kerja kegiatan, yang terdiri dari pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data, yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau untuk mendapat persetujuan.

Proposal bisnis dapat berupa *solicited* atau *unsolicited* proposal. *Solicited* proposal adalah proposal yang ditujukan kepada pihak di luar perusahaan dengan tujuan memberitahukan kebutuhan terhadap produk atau rencana bisnis tertentu. *Unsolicited* proposal adalah proposal yang ditujukan kepada pihak di luar perusahaan atas inisiatif perusahaan atau tanpa adanya pengumuman atau pemberitahuan dari pihak luar, bertujuan untuk memperoleh dana atau kesediaan kerjasama. Contoh proposal penawaran suatu produk barang/jasa, mencari dana, memperluas usaha dan lain sebagainya.

Jadi proposal bisnis merupakan tulisan yang berisi rencana atau usulan untuk melakukan suatu kegiatan tertentu dalam suatu usaha/bisnis.

C. Kegunaan Proposal Bisnis

Tujuan proposal adalah terutama untuk memperoleh bantuan dana, atau memperoleh dukungan atau sponsor, dan juga untuk memperoleh perizinan. Unsur-unsur yang ada di proposal yaitu, nama atau judul kegiatan, kemudian di susul pendahuluan, lalu tujuan, diteruskan waktu dan tempat, kemudian sasaran kegiatan, susunan panitia, rencana anggaran, penutup, dan terakhir tanda tangan dan nama terang.

Kegunaan proposal bisnis adalah: (1) untuk membandingkan antara perkiraan/rencana dengan hasil yang nyata, (2) membantu wirausahawan untuk mengembangkan dan menguji strategi yang diharapkan dari sudut pandang pihak lain, (3) membantu wirausahawan untuk dapat berpikir kritis dan objektif atas bidang usaha yang akan dimasukinya/digeluti, (4) persaingan faktor ekonomi dan analisis finansial yang masuk dalam subjek proposal usaha dapat mendekati asumsi-asumsi secara cermat, mengenai seberapa besar tingkat

keberhasilan salam usaha, (5) semakin jelas/transparasi sumber-sumber keuangan yang diterima maupun yang akan dikeluarkan, (6) memberikan gambaran awal dan seberapa jauh kemampuan manajerial seorang wirausahawan, (7) mengidentifikasi adanya kemungkinan resiko kritis pada saat penting, untuk mempermudah penentuan langkah antisipasi, (8) memberikan informasi potensi pasar dan perkiraan *market share* yang mungkin bisa dengan mudah diraih, (9) dapat memberikan sumber-sumber finansial yang lebih jelas, dokumen ringkas yang mengandung informasi penting serta evaluasi finansial, dan (10) memberikan gambaran tentang kemampuan wirausahawan untuk memenuhi kewajibannya.

Fungsi proposal ternyata banyak dan beragam di antaranya adalah: (1) untuk melakukan penelitian yang berkenaan dengan agama, sosial, politik, ekonomi, budaya, dan sebagainya, (2) untuk mendirikan usaha kecil, menengah, atau besar, (3) untuk mengajukan tender dari lembaga-lembaga pemerintah atau swasta, (4) untuk mengajukan kredit kepada bank, dan (5) untuk mengadakan acara seminar, diskusi, pelatihan, dan sebagainya.

D. Jenis Proposal Bisnis

Secara umum proposal dibedakan menjadi 4 jenis yaitu:

- 1) Proposal Bisnis/Usaha –Proposal ini berkaitan dengan dunia usaha dan bisnis, baik itu perseorangan maupun kelompok. contoh dari proposal ini misalnya proposal pendirian usaha, proposal dalam bentuk kerjasama antar perusahaan dan lain-lain.
- 2) Proposal Proyek - Proposal proyek ini lebih mengacu pada dunia kerja yang berisi serangkaian ragam dan rencana bisnis atau yang bersifat komersil misalnya proposal proyek pembangunan.
- 3) Proposal Penelitian - Jenis proposal ini lebih sering digunakan di bidang akademisi misalnya penelitian untuk pembuatan skripsi, tesis dan lainnya. Contoh dan isi dari proposal ini adalah pengajuan kegiatan penelitian.
- 4) Proposal Kegiatan - Proposal kegiatan yaitu pengajuan rencana sebuah kegiatan baik itu bersifat individu maupun kelompok misalnya proposal kegiatan pentas seni budaya.

E. Hal-hal yang Harus Diperhatikan dalam Proposal

Dalam penyusunan penulisan proposal hal-hal yang harus diperhatikan adalah:

- a. Menentukan format dan panjang proposal

Format dan panjang yang dipilih dipertimbangkan harus dibedakan: (1) formulir, (2) surat, (3) memo, dan (4) naskah. Panjang proposal, tergantung pada: (1) kompleksitas masalah, (2) hubungan dekat/setara (cenderung pendek), dan (3) hubungan jauh atau tidak setara (panjang dan formal).

b. Menentukan cakupan informasi

Untuk menentukan cakupan informasi perlu diperhatikan yaitu: (1) proposal disusun untuk menjawab pertanyaan kunci dari *audience*, dan (2) menjawab pertanyaan-pertanyaan lanjutan

c. Menentukan pendekatan dalam penyampaian pesan

- 1) Pendekatan langsung. Ide utama diberikan terlebih dahulu sehingga dapat menghemat waktu dan mudah dipahami.
- 2) Pendekatan tidak langsung. Ide utama diberikan terakhir sehingga dapat mengatasi penolakan *audience*.

d. Pembagian proposal analitik menurut alasan logis

1) Pendekatan $2 + 2 = 4$

Pendekatan pengorganisasian suatu proposal analitikal dengan sejumlah alasan yang secara keseluruhan mendukung kesimpulan atau saran yang diajukan.

2) Pendekatan ilmiah

Berisi diskusi satu persatu dari penyelesaian hipotesis untuk satu masalah tertentu.

3) Pendekatan *yardstick*

Proposal disusun menurut kriteria-kriteria tertentu kemudian kesimpulan atau penyelesaian masalah dipilih sesuai dengan kriteria tersebut.

D. Sistematika Proposal Bisnis

Dalam membuat proposal bisnis hendaknya memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

a. Penentuan tingkat formalitas

1) Format

- Formal (disusun untuk pihak eksternal)
- Informal

2) Panjang atau pendeknya permasalahan

- Panjang (untuk masalah yang kompleks dan kontroversial)

- Pendek (untuk masalah yang relatif ringan)

3) Organisasi

- Pihak internal: informal
- Pihak eksternal: formal

b. Menentukan perspektif waktu

- Masa lalu
- Saat ini
- Masa yang akan datang

c. Menentukan petunjuk struktur proposal

1) Pembukaan/pendahuluan, berisi:

- Maksud/tujuan penulisan proposal
- Pentingnya masalah yang diajukan
- Gagasan utama dan hal-hal yang akan dibahas

2) Isi / batang tubuh proposal, berisi:

- Rincian tujuan
- Masalah dan gagasan utama yang ditulis dalam pembukaan

3) Penutup

Penutup berfungsi merangkum laporan secara menyeluruh, mengambil kesimpulan, ataupun memberi saran. Pengambilan kesimpulan harus didasarkan pada isi atau batang tubuh proposal.

E. Membuat Proposal Bisnis

1. Langkah-langkah Perencanaan

Membuat proposal bisnis harus diawali dari perencanaan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menetapkan masalah dan tujuan

Menetapkan masalah dalam proposal akan membantu menentukan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menyusun atau melengkapi suatu proposal, yaitu:

(1) menginformasikan, (2) membujuk, dan (3) menganalisis.

b. Garis besar masalah

Di dalam proposal harus memuat garis besar masalah yang dihadapi.

c. Mempersiapkan rencana kerja

Dalam mempersiapkan rencana kerja dibedakan proposal ada dua yaitu:

(1) formal dan (2) informal.

d. Pelaksanaan penelitian/pengumpulan data

Dalam pelaksanaan penelitian/pengumpulan data didapatkan dari:

(1) **Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang telah disediakan oleh pihak lain, yang dikumpulkan tidak untuk tujuan penelitian tertentu. Melakukan review data sekunder digunakan untuk mendapatkan gambaran fenomena masalah yang diteliti secara lengkap. Mengetahui sumber-sumber data sekunder, meliputi: (1) sumber intern (dari dalam perusahaan) dan (2) sumber ekstern (dari luar perusahaan). Kelebihannya adalah murah dan untuk mendapatkannya mudah. Kelemahannya adalah informasi yang tersedia bersifat umum, penggunaan satuan yang tidak beragam, dan seringkali sudah *out of date*. 2) Pengumpulan data primer. Pengumpulan data ke sumber aslinya, dengan terjun langsung ke lokasi penelitian. Dilakukan melalui data yang berasal dari: (1) dokumen, (2) survey (wawancara/kuesioner), dan (3) Observasi/pengamatan langsung.

(2) **Data Primer**

Pengumpulan data primer ini dapat mengalami hal yaitu: (1) relatif mahal, (2) waktunya lama, (3) data valid dan relevan karena mengetahui keseluruhan kejadian atau proses, dan (4) eksperimen/percobaan.

e. Menganalisis dan menginterpretasikan data yaitu: (1) analisis data, berupa: data kualitatif dan kuantitatif, (2) perhitungan statistik (data dapat diukur, akurat, objektif, kredibel), (3) penarikan kesimpulan, dan (4) penyusunan rekomendasi atau saran.

2. Unsur-unsur Dalam Proposal

Ketika membuat proposal, tentu dengan niat dan tujuan agar proposal yang diajukan menarik, elegan, benar dan pantas untuk mendapatkan persetujuan, sehingga tujuan untuk mengadakan permintaan barang atau pengadaan dana lebih mudah terealisasikan. Agar

proposal yang disusun benar dan sesuai dengan tujuan di atas perlu adanya unsur--unsur yang harus ada, ialah:

a. Latar Belakang Masalah

Dikemukakan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan, baik kesenjangan teoretik ataupun kesenjangan praktis yang melatarbelakangi masalah yang diteliti. Selain itu, dipaparkan secara ringkas tentang teori, hasil-hasil penelitian, kesimpulan seminar, dan diskusi ilmiah maupun pengalaman pribadi yang terkait erat dengan pokok masalah yang diteliti. Dengan demikian, masalah yang dipilih untuk diteliti mendapat landasan berpijak yang lebih kokoh.

b. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dinyatakan secara tersurat berupa pertanyaan-pertanyaan yang ingin dicarikan jawabannya. Dalam hal ini hendaknya rumusan masalah disusun secara singkat, padat, jelas, dan dituangkan dalam bentuk kalimat tanya. Rumusan masalah yang baik akan menampakkan variabel-variabel yang diteliti dan dapat diuji secara empiris.

c. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian diungkapkan pada sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian. Tujuan penelitian mengacu pada rumusan penelitian dan berupa pernyataan.

d. Hipotesis

Hipotesis diajukan berupa jawaban sementara terhadap masalah penelitian agar hubungan antara masalah yang diteliti dengan kemungkinan jawabannya lebih jelas. Adapun rumusan hipotesis yang baik hendaknya: dituangkan dalam bentuk kalimat pernyataan, dirumuskan secara singkat, padat, dan jelas, dapat diuji secara empiris, dan menyatakan per-tautan antara dua variabel atau lebih.

e. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan ber-pikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian. Dalam hal ini tidak perlu dibuktikan kebenarannya, tetapi dapat langsung memanfaatkan hasil penelitian yang diperolehnya dari orang lain melalui karya tulis.

f.. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ditunjukkan untuk mengenai pentingnya penelitian terutama bagi pengembangan ilmu atau pelaksanaan pembangunan dalam arti luas. Dengan kata lain, bagian ini berisi alasan kelayakan atas masalah yang diteliti.

g. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian dikemukakan karena sering dihadapi keterbatasan ruang lingkup kajian yang terpaksa harus dilakukan karena alasan-alasan prosedural, teknik penelitian, ataupun karena alasan logistik. Keterbatasan penelitian karena kendala yang bersumber dari adat, tradisi, etika, dan kepercayaan yang tidak memungkinkan peneliti mencari data yang diinginkan.

h. . Kajian Pustaka

Kajian pustaka memaparkan teori-teori yang disusun berdasarkan kemutakhiran dan relevansi yang diperlukan dalam penelitian.

i. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang dirumuskan berdasarkan hal yang dapat diamati oleh peneliti. Definisi operasional bukan definisi berdasarkan kamus atau pendapat para ahli. Hal ini diperlukan terutama untuk istilah-istilah yang berhubungan dengan konsep-konsep pokok dalam penelitian juga untuk menghindari perbedaan persepsi.

Contoh-18 Proposal Bisnis (1) Pembuatan E-learning

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi beberapa tahun belakangan ini berkembang dengan cepat. Yang paling terlihat dari perkembangan teknologi ini adalah mudahnya masyarakat untuk memiliki smartphone. Sehingga dengan perkembangan ini, telah mengubah paradigma masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi yang tidak lagi terbatas seperti melalui informasi atau media cetak. Tidak hanya informasi, berbagai kegiatan bisa

dilakukan dengan bantuan smartphone yang dimiliki oleh perorangan tersebut. Akibat perkembangan tersebut, tidak hanya orang dewasa yang mampu mengoperasikan smartphone, melainkan anak usia dini pun sudah mampu untuk mengoperasikannya.

Pengaruh perkembangan teknologi yang terjadi sangat terlihat dari perilaku masyarakat zaman kini. Dimana berbagai lapisan usia sudah memiliki smartphone yang digunakan selain untuk berkomunikasi, antara lain : bermain game, menonton video, menonton siaran ulang televisi, membaca berita, membuka sosial media, memposting pemikiran ataupun membuat cerita sesuai dengan kejadian yang dialami oleh pemilik smartphone tersebut dan bahkan menjadi alat bantu untuk mencari jawaban dari soal-soal yang diberikan oleh pengajar di instansi pendidikan. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa sekarang ini adalah zaman mobile.

Mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi, semua lapisan masyarakat sekarang lebih memilih mengerjakan sesuatu dengan bantuan mobile agar lebih praktis dan efisien. Sejalan dengan itu, berbagai bidang dalam kegiatan masyarakatpun turut andil untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Khususnya pada bidang pendidikan, untuk mendapatkan ilmu pengetahuan sekarang tidak hanya melalui media cetak. E-book atau Electronic-book adalah salah satu opsi untuk mendapatkan ilmu dengan mudahnya di zaman mobile ini.

Menyesuaikan dengan kebutuhan sumber ilmu yang dicari, maka kami mahasiswa Universitas Gunadarma bermaksud untuk membuat aplikasi edukasi sebagai bahan belajar anak kelas 3 sekolah dasar yang bernama Eduvideo.

1.2 Tujuan Pembuatan Aplikasi

Dalam pembuatan aplikasi ini terdapat beberapa tujuan yang hendak ingin dicapai yang merupakan indikator dasar pembuatan aplikasi ini :

1. Sebagai media dalam mengimplementasikan ilmu yang belum dimengerti oleh anak kelas 3 sd saat kegiatan belajar mengajar disekolah.
2. Membantu anak kelas 3 sekolah dasar yang ingin mengerjakan pekerjaan rumah atau sekedar belajar untuk mendalami materi di rumah.
3. Memanfaatkan era digital sebagai peluang usaha yang memiliki prospek yang amat menjanjikan untuk kedepannya.

1.3 Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dan tujuan dari pembuatan aplikasi E-Learning ini adalah untuk membuka peluang usaha dengan menciptakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan oleh anak sekolah dasar kelas 3 sebagai alat bantu untuk mengerjakan pekerjaan rumah atau hanya untuk mendalami materi yang dipelajari di sekolah.

1.4 Batasan Masalah

Aplikasi eduvideo yang direncanakan akan mengikuti batasan-batasan yang ditetapkan oleh kurikulum yang berlaku. Berikut ini gambaran lengkap mengenai batasan masalah pada aplikasi eduvideo:

1. Waktu

Durasi dari video edukasi ini tidak lebih dari 10 menit.

2. Cakupan

Aplikasi eduvideo ini hanya untuk anak-anak kelas 3 sekolah dasar.

3. Kurikulum

Semua materi pembelajaran yang tersedia di dalam e.duvideo sesuai dengan kurikulum sekolah dasar yang berlaku.

4. Mata Pelajaran

Mata pelajaran yang disampaikan pada e.duvideo adalah mata pelajaran matematika untuk kelas 3.

5. Pengiklanan

Untuk mempromosikan aplikasi dengan cara melalui iklan di web perusahaan.

II PEMBUATAN E-LEARNING

2.1 Kegiatan Pembuatan Aplikasi Eduvideo

Materi pembelajaran yang ditampilkan dalam eduvideo sesuai dengan kurikulum yang berlaku untuk kelas 3. Didalam aplikasi nantinya berupa menu-menu untuk memilih belajar secara teori ataupun secara praktik yang ditampilkan dalam sebuah video. Berikut kegiatan pembuatan eduvideo yang akan dilakukan:

1. Menganalisis materi
2. Mendesain setting latar video dan aktor maupun animasi yang berperan.
3. Penerapan materi ke dalam eduvideo.
4. Mereview penerapan materi yang sudah dilakukan
5. Mengunggah video yang telah dibuat ke dalam situs youtube.
6. Mempromosikan e.duvideo ke ranah publik melalui media sosial.

2.1.1 Jenis Materi sesuai kurikulum kelas 3 SD

- a. BAB 1 – Letak Bilangan pada Garis Bilangan
- b. BAB 2 – Operasi Hitung Penjumlahan dan Pengurangan
- c. BAB 3 – Operasi Hitung Perkalian dan Pembagian
- d. BAB 4 – Masalah yang Melibatkan Uang
- e. BAB 5 – Pengukuran Waktu, Panjang dan Berat
- f. BAB 6 – Hubungan antar Satuan Waktu, Panjang dan Berat
- g. BAB 7 – Pecahan
- h. BAB 8 – Unsur dan Sifat Bangun Datar Sederhana
- i. BAB 9 – Jenis dan Besar Sudut
- j. BAB 10 – Keliling dan Luas Persegi dan Persegi Panjang

2.2 Keunggulan Eduvideo

Keunggulan eduvideo yang kami buat disini telah kami analisa dengan baik sehingga dengan keunggulan-keunggulan tersebut kami dapat memberikan ilmu pengetahuan secara audio-visual. Keunggulan-keunggulan tersebut adalah:

1. Durasi Video yang Efektif.

Durasi video yang ditampilkan untuk menyampaikan tidak terlalu lama sehingga tidak membuat anak bosan.

2. Konsep Pembelajaran Materi.

Konsep pembelajaran materi dalam eduvideo dilakukan secara jelas dan menarik.

3. Review Pembelajaran.

Semua video pembelajaran yang ada di eduvideo dapat di review dengan cara mengunduhnya.

III ANALISA KEUANGAN

4.1 Modal Awal (Fixed Cost)

Berikut adalah perincian modal awal serta penggunaannya:

| | | | |
|--------------------------|-------------|----------------------|---|
| 1. Programmer | : Rp. | 17.000.000,00 | |
| 2. Editor | : Rp. | 10.000.000,00 | |
| 3. Aktor | : Rp. | 1.000.000,00 | |
| 4. Tim Kreatif | : Rp. | 10.000.000,00 | |
| 5. Penulis | : Rp. | 5.000.000,00 | |
| 6. Perlengkapan Hardware | : Rp. | 10.000.000,00 | |
| 7. Perlengkapan Software | : Rp. | 5.000.000,00 | |
| 8. Aksesori Komputer | : Rp. | 2.000.000,00 | + |
| TOTAL MODAL | : Rp | 60.000.000,00 | |

4.2 Pendapatan

Berikut adalah perkiraan pendapatan setiap bulannya:

| | | | |
|---------------------------------|-------------|----------------------|--|
| 1. Penjualan e-book | : Rp | 5.000.000,00 | |
| 2. Penjualan aplikasi | : Rp | 5.000.000,00 | |
| 3. Penjualan konten materi ajar | : Rp | 4.000.000,00 | |
| TOTAL PENDAPATAN / BULAN | : Rp | 14.000.000,00 | |

4.3 Variabel Cost

Berikut adalah perkiraan pengeluaran operasional setiap bulannya:

| | | | |
|--------------------------|-------------|---------------------|---|
| 1. Gaji karyawan | : Rp | 5.000.000,00 | |
| 2. Akses internet | : Rp | 500.000,00 | |
| 3. Lain-lain | : Rp | 1.000.000,00 | + |
| TOTAL OPERASIONAL | : Rp | 6.500.000,00 | |

4.4 ANALISA BEP - PP (Payback Period)

Berikut adalah perhitungan perkiraan balik modal:

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{TOTAL FIXED COST}}{(\text{PENDAPATAN} - \text{VARIABLE COST})} \\ \text{BEP} &= \frac{60.000.000}{(14.000.000 - 6.500.000)} \\ \text{BEP} &= 8 \end{aligned}$$

Jadi, modal dapat kembali dalam jangka waktu 8 bulan.

IV KESIMPULAN

Aplikasi eduvideo ini dapat membantu anak sekolah dasar kelas 3 untuk dapat mempelajari mata pelajaran matematika dengan mudah, sederhana serta aplikasi ini menumbuhkan minat anak untuk belajar lebih giat lagi.

Sumber referensi:

<http://masrezaa.blogspot.co.id/>

<https://langitsamoedra.wordpress.com/2012/04/20/proposal-pembuatan-e-learning-universitas-gunadarma-jurusan-sistem-informasi-pt-tolak-kaya-jaya/>

<https://www.zenius.net/cg/12/matematika-kelas-3-sd>

<http://punyanyayuli.blogspot.co.id/2017/11/proposal-e-learning.html> (tersedia 19/3/2018)

Contoh-19 [Proposal Bisnis \(2\) Kue Bolu](#)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat sehat yang telah memberi petunjuk dan ridho-nya sehingga penyusunan proposal dapat di selesaikan

dengan baik, dan dan shalawat dan salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Proposal ini menetapkan usaha yang akan dijalani untuk tugas ini, yaitu usaha yang bergerak dalam bidang kuliner dengan menjual produk **Kue Bolu**, dimana objek pasar yang cukup baik dan signifikan. Dalam penyusunan proposal ini, saya menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kelemahan dan kekurangan dalam proposal ini dalam penyajiannya, hal tersebut karena masih terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Kritik dan saran pembaca dapat membangun dalam penyusunan proposal ini agar selanjutnya dapat lebih baik.

Tangerang, 11 Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|---|
| Halaman Judul | 1 |
| Kata Pengantar | 2 |
| Daftar Isi | 3 |
| BAB I PENDAHULUAN | 4 |
| 1.1 Latar Belakang | 4 |
| 1.2 Tujuan Usaha | 4 |
| 1.3 Visi dan Misi | 5 |
| BAB II KEGIATAN USAHA | 6 |
| 2.1 Analisis Peluang Usaha | 6 |
| 2.2 Bauran Pemasaran | 6 |

| | | |
|----------------|--------------------------------------|-----------|
| 2.3 | Aspek Pasar dan Pemasaran | 7 |
| 2.4 | Aspek Teknis dan Teknologi | 7 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 8 |
| 3.1 | Aspek Ekonomi dan Keuangan | 8 |
| 3.2 | Penyusunan Laba dan Rugi Usaha | 8 |
| 3.3 | Alat-alat | 8 |
| 3.4 | Laba dan Rugi | 9 |
| BAB IV | PENUTUP | 10 |
| | Kesimpulan | 10 |
| | Saran | 10 |

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

1.2.

Di zaman sekarang ini banyak orang yang ingin membuat acara atau kegiatan acara secara praktis dan efisien. Seperti halnya dalam penyiapan makanan dan hidangan. Biasanya mereka lebih memilih untuk membeli makanan dari pada untuk membuat makanan sendiri dengan alasan pertimbangan waktu dan tenaga. Berbagai usaha makanan memang bermunculan sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat. Apalagi usaha kuliner berupa kue, baik kue kering maupun kue basah. Salah satu jenis kue yang banyak diminati oleh konsumen secara luas adalah kue bolu. Kue bolu sangat cocok untuk cemilan, pengganjal perut sebab mengandung banyak karbohidrat dari tepung dan glukosa untuk menambah energi dalam beraktivitas. Bahkan untuk mengisi perut kosong sebelum makan siang pun juga bisa dengan penganan satu ini. Selain dapat dikonsumsi oleh orang dewasa, makanan satu ini juga banyak dikonsumsi oleh anak-anak dan remaja. Sehingga dari berbagai lapisan masyarakat sebagian besar menyukai kue brownies kukus ini. Atas dasar pemikiran inilah kami mempunyai ide untuk membuat usaha produksi makanan kue bolu.

Dalam memulai memulai usaha dalam bidang apapun, maka yang pertama kali harus diketahui adalah peluang pasar dan bagaimana menggaet minat para konsumen. Bagaimana peluang pasar yang hendak kita masuki dalam bisnis kita dan bagaimana cara memperoleh pesanan tersebut, kedua yaitu kita harus mampu menganalisa keunggulan dan kelemahan pesaing kita dan sejauh mana kemampuan kita untuk bersaing dengan mereka baik dari sisi harga, pelayanan, dan kualitas. Yang ketiga adalah persiapan mental dan keberanian memulai usaha. Singkirkan hambatan psikologis, rasa malu, takut gagal antara berkeinginan dan keraguan.

1.2. Tujuan Usaha

Tujuan usaha ini selain memenuhi salah satu tugas kewirausahaan juga bertujuan sebagai penambah pengetahuan sekaligus pengalaman dalam berwirausaha. Dan bisa mendapatkan pengalaman langsung dan mengaplikasikan ilmu kewirausahaan ke dalam praktik yang sesungguhnya. Karena dengan melalui penjualan dan pemasaran ini secara tidak langsung dituntut untuk berinteraksi dengan orang banyak, bagaimana cara menawarkan dengan baik dan sopan, meyakinkan pembeli untuk membeli produk yang di tawarkan dan memberikan pelayanan yang terbaik agar pembeli merasa puas.

1.3. Visi dan Misi

Visi:

- Menciptakan produk yang berpotensi baik dimasa depan
- Menanamkan jiwa kewirausahaan

Misi:

- Meningkatkan kreatifitas dan inovasi dalam usaha kue bolu

BAB II KEGIATAN USAHA

2.1. Analisis Peluang Usaha

Proposal usaha kue bolu dalam analisis SWOT yang meliputi kelebihan (kekuatan dan peluang) dan kekurangan (kelemahan dan ancaman) dengan berbagai indikator yaitu sebagai berikut:

1. **Strength (Kekuatan):**

- Harga terjangkau
- Kualitas produk terjamin
- Proses pembuatan mudah dan sederhana

2. **Weakness (Kelemahan):**

- Jangkauan pemasaran masih terbatas
- Banyak pesaing menawarkan dalam harga lebih murah

3. **Opportunity (Peluang):**

- Banyak masyarakat yang suka dengan kue bolu ini

4. **Threat (Ancaman):**

- Adanya produk sejenis
- Selera konsumen yang selalu berubah-ubah mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembelian produk

2.2. Bauran pemasaran (marketing mix) analisis 4P

1. **Product (Produk)**

Produk kue bolu rasa keju coklat manis dan empuk dengan rasa yang nikmat

2. **Price (Harga)**

Harga bolu yang cukup terjangkau di kalangan masyarakat

3. **Promotion (Promosi)**

Promosi yang dilakukan bisa lewat sosial media dan dapat potongan harga jika membeli lebih dari 3 porsi

4. **Place (Tempat)**

Tempat usaha yang dilakukan masih disekitar rumah

2.3. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam hal pemasaran akan di mulai dengan memasarkan ke warung'' sekitar rumah. Dan bisa pesan melalui sosial media seperti whatsapp, instagram, facebook dll untuk memesan kue bolu ini.

2.4. Aspek Teknis dan Teknologi

Lokasi usaha yang direncanakan dalam usaha ini bertempat di rumah pemilik modal usaha, namun jika usaha mengalami perkembangan akan ditempatkan pada bangunan khusus usaha ini. Sumber bahan baku mudah di dapatkan dari agen-agen terdekat. Teknologi yang digunakan dalam membuat kue bolu ini tidak dengan teknologi yang canggih, hanya teknologi standar seperti (oven dan mixer). Kapasitas produksi di perkirakan 5-10 bolu perhari. Modal secara keseluruhan milik pemilik usaha.

BAB III

PERHITUNGAN MODAL DAN HARGA JUAL

3.1. Aspek Ekonomi dan Keuangan

Dalam usaha ini modal berasal dari pemilik usaha. Modal berupa alat dan bahan, berupa bahan yang di keluarkan setiap harinya dengan biaya tertentu.

3.2. Penyusunan Laba dan Rugi Usaha

Usaha: Kue Bolu

1. Modal yang dibutuhkan

Bahan-bahan setiap harinya:

| | |
|----------------------------|-----------|
| 1. Telur @ 4 x Rp. 2000 | Rp. 8.000 |
| 2. Gula ¼ kg | Rp. 4.000 |
| 3. Terigu ¼ kg | Rp. 2.500 |
| 4. Susu putih kental manis | Rp. 1.000 |
| 5. Sp | Rp. 2.000 |
| 6. Mentega | Rp. 2.500 |
| 7. Mesis | Rp. 3.000 |

| | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| 8. Keju | <u>Rp. 2.500</u> |
| Perkiraan membuat 5 kue bolu/hari | Rp.27.000 / hari (1 bolu) |
| Modal dalam 1 bulan: | = Rp. 27.000 x 5 bolu x 30 hari |
| | = Rp. 4.050.000 |

3.3. Alat-alat

Alat-alat yang digunakan:

| | |
|----------------------------------|--------------------|
| 1. Listrik/bulan | Rp. 50.000 |
| 2. Loyang @ 2 x Rp. 25.000/bulan | Rp. 50.000 |
| 3. Gas @ 1 x Rp. 20.000 | Rp. 20.000 |
| 4. Kompor gas 2 tungku | Rp. 320.000 |
| 5. Oven | Rp. 350.000 |
| 6. Mixer | <u>Rp. 400.000</u> |
| Total jumlah alat-alat | : Rp. 1.190.000 |

Ket:

(Setiap hari dijual 5 bolu): 5 hari x Rp. 40.000 = Rp. 200.000 (per hari)

Dalam 1 bulan: Rp. 200.000 x 30 hari = Rp. 6.000.000

Modal bahan dan peralatan jika disatukan: Rp. 5.240.000 -

Keuntungan yang di dapatkan Rp. 760.000

Perkiraan pendapatan dalam 1 bulan: Rp. 760.000

3.4. Laba dan Rugi

Pendapatan: Rp. 760.000

Beban usaha:

Beban listrik Rp. 50.000

Beban gas Rp. 20.000

Beban penyusutan peralatan Rp. 30.000 (dibulatkan)

(2,5% x Rp. 1.190.000)

Jumlah beban usaha: Rp. 100.000

Labanya = Rp. 760.000-100.000

= Rp. 660.000

Jadi, perkiraan balik modal dalam usaha adalah: Rp. 5.240.000 : 660.000
yaitu kurang lebih sekitar 8 bulan balik modal dalam usaha.

BAB IV PENUTUP

KESIMPULAN

Dalam usaha pasti memerlukan proses pembelajaran dari berbagai pengalaman usaha yang sudah di jalankan agar dapat memetik pelajaran dari usaha sebelumnya, sehingga dapat mengembangkan usaha dengan lebih baik lagi dan dapat berjalan dengan lancar. Dan dalam usaha asal ada kemauan dan keinginan untuk berusaha pasti bisa melakukannya. Di sisi lain kita juga harus bisa melihat peluang yang ada seperti segmentasi produk tepat, target pasar sesuai dan lain-lain.

SARAN

Jangan pernah malu jika ingin memulai usaha baru, walaupun dari usaha kecil-kecilan karna dari proses usaha kecil itu kita dapat mengambil pelajaran sehingga dengan pelajaran itu dapat mengembangkan usaha tersebut akan tumbuh dan berkembang menjadi lebih baik lagi.

<https://wadyanikhwansyah1.blogspot.co.id/2017/05/proposal-bisnis-kue-bolu.html>

(tersedia 20/3/2018)

F. Ringkasan

Membuat proposal bisnis terdiri dari 6 langkah: latar belakang masalah definisikan masalah, tujuan dan ruang lingkup analisis audiens, tentukan ide atau gagasan, kumpulkan bahan yang diperlukan, menganalisis dan menafsirkan data, mengorganisasikan data dan mempersiapkan *outline* akhir. Proposal bisnis berisi: bagian pendahuluan, tubuh dan isi, serta penutup.

J. Pertanyaan:

1. Jelaskan pengertian proposal bisnis?
2. Jelaskan kegunaan proposal bisnis?
3. Tuliskan hal-hal yang harus diperhatikan dalam membuat proposal
4. Jelaskan sistematika proposal bisnis?
5. Buatlah sebuah proposal bisnis maksimal 10 halaman!

BAB VIII

NEGOSIASI BISNIS

A. Pendahuluan

Dalam bisnis setiap orang yang menjalankan aktivitas usaha ingin usaha yang dikelola berjalan lancar, sehingga mendatangkan keuntungan, Namun kadang bisnismen memiliki rekan kerja yang menjadi teman bisnis, dan ada pesaing bisnis. Kita sering mendengar dan menyaksikan orang-orang bisnis melakukan negosiasi, baik dalam kerjasama perdagangan, negosiasi dalam jual beli, negosiasi dalam menjual barang konsinyasi, dan lain sebagainya.

Apa sih negosiasi itu? Negosiasi yaitu proses tawar menawar dengan cara perundingan untuk memberi atau menerima agar mendapatkan kesepakatan bersama mengenai suatu hal yang menjadi kepentingan bagi masing-masing pihak, baik perorangan maupun kelompok atau organisasi. Negosiasi adalah sebuah bentuk [interaksi sosial](#) saat pihak-pihak yang terlibat berusaha untuk saling menyelesaikan tujuan yang berbeda dan bertentangan (Elizabeth, 2004:5-6).

Dalam perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dapat menjelaskan mengenai:

1. Persiapan negosiasi
2. Tujuan Negosiasi
3. Menyikapi Konflik
4. Filosofi Negosiasi

B. Persiapan Negosiasi

Menurut Hartman, (1997), ada empat poin penting yang perlu diperhatikan sebelum bernegosiasi, antara lain pencarian fakta terutama dari pihak lain (lawan negosiasi), menaksir posisi lawan negosiasi, membuat perencanaan yang baik, dan memilih serta mengatur tim negosiasi. Sementara itu, menurut Casse, ada tiga tahapan penting dalam bernegosiasi, yaitu tahap perencanaan (sebelum negosiasi), tahap implementasi (selama negosiasi), dan tahap peninjauan (setelah negosiasi) (Dewi, 2006).

Dalam tahap perencanaan negosiasi membutuhkan tiga tugas utama, yaitu merencanakan sasaran negosiasi, memutuskan strategi, dan memperjelas proses negosiasi.

a. Sasaran Negosiasi

Sasaran negosiasi adalah apa hasil yang diharapkan dalam bernegosiasi. Hal ini merupakan salah satu alasan utama mengapa seseorang bernegosiasi. Penentuan sasaran atau target dalam bernegosiasi sangatlah penting sebagai arahan atau petunjuk dalam bernegosiasi. Ada dua jenis sasaran dalam bernegosiasi, yaitu sasaran ideal dan sasaran dasar (batas minimal yang dapat dicapai).

b. Strategi Negosiasi

Komponen kedua adalah strategi negosiasi yang merupakan cara atau teknik untuk mencapai tujuan bernegosiasi. Untuk mencapai kesepakatan kedua belah pihak memang diperlukan strategi yang tepat. Ada beberapa strategi negosiasi yang dapat anda gunakan dalam bernegosiasi, antara lain: strategi kooperatif, strategi kompetitif, dan strategi analitis.

- 1) Strategi Kooperatif: (a) sasarannya mencapai kesepakatan kedua belah pihak, (b) memakai semboyan *win-win solution*, (c) mempercayai pihak lawan, (d) melakukan kompromi jika diperlukan dan timbal balik, dan (e) menciptakan landasan dan kepentingan bersama.
- 2) Strategi Kompetitif: (a) Sasaran strateginya adalah mengalahkan lawan, (b) tidak mempercayai lawan dan siap bertarung, (c) menuntut sebuah konsesi, menegaskan posisi, dan melancarkan tekanan, (d) tidak memberikan apa-apa dan menghabiskan semuanya.
- 3) Strategi Analitis: (a) mempunyai filosofi bahwa seorang negosiator adalah pemecah masalah, bukan seorang petarung, (b) memandang negosiasi sebagai bentuk latihan dalam memecahkan masalah, dan bukannya sebagai permainan, (b) berusaha kreatif dan bersama-sama mencari alternatif solusinya, (c) menggunakan kriteria yang objektif dalam mengambil keputusan, (d) membuat alasan yang rasional dan bukan atas dasar perasaan.

C. Tujuan Negosiasi

Ada beberapa tujuan dari sebuah negosiasi dalam bisnis, yaitu sebagai berikut: (1) untuk mendapatkan kata sepakat yang mengandung kesamaan persepsi, saling pengertian, dan persetujuan, (2) untuk mendapatkan jalan keluar dari masalah yang dihadapi bersama, (3) untuk mendapatkan atau mencapai kondisi saling menguntungkan di mana masing-masing pihak merasa menang (*win-win solution*).

Tidak hanya memiliki tujuan, negosiasi juga memiliki manfaat. Manfaat yang diperoleh dari sebuah proses negosiasi didalam pengertian bisnis resmi antara lain sebagai berikut.

- a. Untuk mendapatkan atau menciptakan jalinan kerjasama antarbadan usaha atau institusi ataupun perorangan untuk melakukan suatu kegiatan atau usaha bersama atas dasar saling pengertian. Dengan terjalinnya kerja sama antar kedua belah pihak inilah, maka tercipta sebuah transaksi bisnis yang saling terkait sehingga membuat hidup perekonomian. Dengan kata lain bahwa suatu proses negosiasi bisnis merupakan bagian dari suatu proses interaksi guna menghidupkan perekonomian dalam skala yang lebih luas.
- b. Dalam sebuah perusahaan, sebuah proses negosiasi akan memberikan manfaat untuk menjalin hubungan bisnis yang lebih luas dan juga untuk mengembangkan pasar yang diharapkan agar bisa meningkatkan penjualan. Proses negosiasi bisnis juga akan menghasilkan harga yang lebih baik dan efisien yang memberikan keuntungan lebih.

Berikut ini adalah beberapa alasan terjadinya negosiasi: (1) ada pihak yang berkepentingan, (2) ada suatu masalah yang dirundingkan, (3) ada keinginan untuk mencapai kesepakatan dalam membagi hak atau kewajiban, dan (4) ada upaya menjaga kehormatan masing-masing pihak.

D. Mengatasi Konflik

Pertentangan atau konflik bisa terjadi kapan dan siapa saja dalam kegiatan bisnis. Usaha manusia untuk meredakan pertikaian atau konflik dalam mencapai kestabilan dinamakan “akomodasi”. Pihak-pihak yang berkonflik kemudian saling menyesuaikan diri pada keadaan tersebut dengan cara bekerja sama.

Perusahaan manapun, baik itu yang besar atau bahkan yang kecil sekalipun pasti pernah mengalami suatu konflik didalamnya. Konflik didalam perusahaan biasanya dapat muncul dari tingkat individu, kelompok hingga tingkat unit. Ruang lingkup munculnya suatu konflik pun terbagi menjadi dua, yakni lingkup konflik yang besar serta lingkup konflik yang kecil.

Sebuah konflik pada dasarnya adalah suatu proses saling mempengaruhi antar satu individu satu dengan yang lain. Di sisi lain adanya sebuah konflik sebenarnya memiliki nilai positif yakni antar anggota perusahaan dapat saling mengenal pribadinya masing-masing, serta menguji sejauh mana tingkat kepemimpinan seorang *leader* atau *boss* dalam mengambil keputusan paling bijaksana dalam mengatasi konflik dalam perusahaan.

Gambar10 Negosiasi Seimbang dan Adil



Beberapa faktor yang mendasari munculnya sebuah konflik dalam perusahaan antara lain: (a) perbedaan sudut pandang, (b) kurangnya komunikasi, (c) perbedaan status, dan (d) perbedaan persepsi.

Dari sudut pandang sosiologi, konflik dapat diartikan sebagai suatu proses *social* antar satu orang dengan yang lain atau bahkan antar kelompok dimana salah satu pihak berusaha untuk menyingkirkan pihak yang lain dengan jalan menghancurkannya. Meski begitu, sesulit apapun konflik yang sedang dihadapi dapat diatasi.

Berikut adalah beberapa usaha mengatasi konflik dalam perusahaan, mari kita simak informasinya:

1. Mengakui adanya konflik

Langkah awal dari rahasia mengatasi konflik dalam perusahaan yang harus dilakukan adalah mengakui bahwa didalam perusahaan telah terjadi suatu konflik. Dalam proses ini, tidak hanya atasan sebagai pemimpin perusahaan yang harus mengakui adanya konflik namun juga semua pihak yang terkait atau terlibat dalam konflik tersebut harus mengakui adanya konflik dalam perusahaan. Dengan adanya pengakuan bahwa suatu konflik dalam perusahaan sedang terjadi maka akan memudahkan proses pemecahan masalahnya.

2. Mengidentifikasi konflik

Hal kedua untuk mengatasi sebuah konflik dalam perusahaan adalah memulai mengidentifikasi masalah secara mendalam. Dalam proses identifikasi konflik, dibutuhkan pengelolaan emosi yang baik, dengan pengelolaan emosi yang baik maka konflik dalam perusahaan dapat diatasi dengan mudah. Apabila pengelolaan emosi tidak dilakukan dengan baik bisa jadi hal tersebut justru semakin memperkeruh konflik yang sedang terjadi dalam perusahaan.

3. *Sharing* pendapat atau saran

Rahasia mengatasi konflik dalam perusahaan yang ketiga adalah dengan memperhatikan pendapat atau saran merupakan hasil pemikiran atau sudut pandang seseorang. Didalam proses tukar pendapat atau saran haruslah melibatkan semua pihak yang terlibat dalam konflik, maksudnya adalah agar pihak-pihak yang bersangkutan dapat saling mengungkapkan pendapatnya secara terbuka. Didalam proses *sharing* pendapat atau saran hendaknya masing-masing individu menghindari kepentingan pribadi agar ranah pembicaraan tidak keluar dari jalur yang ingin dituju, selain itu hindari pula pandangan salah benar dalam proses *sharing* pendapat.

4. Mencari solusi

Mengatasi konflik dalam perusahaan, setelah semua pendapat atau saran ditampung, bersama-sama dengan semua pihak yang terlibat mencari solusi terbaik untuk menyelesaikan konflik dengan cara musyawarah. Mencari solusi bukanlah sesuatu hal yang mudah untuk dilakukan karena mencari sebuah solusi diharapkan tidak menimbulkan kerugian bagi satu pihak atau justru menimbulkan perpecahan dalam perus-

ahaan. Dalam menentukan solusi dibutuhkan pula solusi alternative bila solusi awal tidak berjalan dengan baik. Adanya rasa saling percaya antar pihak juga sangat diperlukan guna menumbuhkan kembali hubungan yang sehat antar pihak yang bersangkutan.

Permasalahan atau konflik yang terjadi dalam perusahaan hendaknya dapat diatasi dengan baik. Tidak hanya pemimpin, namun semua anggotapun harus saling menempatkan diri dan mengambil peran dalam perusahaan. Hindari perasaan kecil hati dan merasa tidak berperan penting didalam perusahaan. Dengan selalu menjaga komunikasi yang baik serta terus berpikiran positif satu dengan yang lain maka kemungkinan terjadinya konflik dalam perusahaan dapat diminimalisir. Demikian paparan mengenai rahasia mengatasi konflik dalam perusahaan semoga bermanfaat.

E. Filosofi Negosiasi

Filosofi adalah kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *philosophy*. Sedangkan kata *philosophy* itu sendiri adalah kata serapan dari bahasa Yunani. Dalam bahasa Yunani gabungan antara kata *philo* (φιλο) yang artinya “cinta” dan *sophós* (σοφός) yang artinya “kebijaksanaan” menjadikan sebuah kata khusus yaitu *philosophia* (φιλοσοφία) yang artinya “cinta kebijaksanaan.” Apabila didefinisikan filosofi adalah kerangka berpikir kritis untuk mencari solusi atas segala permasalahan. Solusi yang ditemukan untuk mengatasi suatu persoalan melalui berpikir secara kritis merupakan buah dari pemikiran filosofis.

Dalam sebuah negosiasi terdapat folosofi yaitu sebagai berikut: (1) *win-win solution* (menang-menang), (2) *win-lose* (menang-kalah), dan (3) *lose-lose* (kalah-kalah).

1. Filosofi *win-win Solution* (Menang-Menang)

Pihak yang dilibatkan dalam perundingan akan berupaya untuk menciptakan suasana yang berkesan dan tidak ada pihak yang dirugikan dengan mengetengahkan keuntungan yang paling optimal bagi pihak yang berunding secara jujur dan adil.

2. Filosofi *Win-Lose* (Menang-Kalah)

Strategi perundingan untuk memperoleh kemenangan mutlak dengan mengalahkan pihak lawan. Strategi ini hanya dapat menyelesaikan masalah sekali saja. Bagi pihak yang menang menganggap perundingan yang dihadapi telah selesai. Pihak yang kalah merasa selalu dirugikan sehingga kemungkinan pihak lawan tidak mau lagi menjalin kemitraan. Penggunaan strategi ini tidak dianjurkan karena tidak menuntaskan masalah, tetapi justru menimbulkan masalah yang berkepanjangan.

3. Filosofi *Lose-Lose* (Kalah-Kalah)

Strategi ini adalah strategi yang tidak menggunakan menggunakan akal sehat. Untuk mendapatkan kepuasan tersendiri, masing-masing pihak cenderung melakukan tindakan merugikan pihak yang terlibat sehingga semua merasa kalah. Strategi kalah-kalah tidak dapat digunakan untuk mencapai kesepakatan, tetapi penggunaan strategi ini justru akan menambah masalah. Untuk itu, dalam bernegosiasi hendaknya menghindari penggunaan strategi kalah-kalah ini karena dapat merugikan kedua belah pihak.

F. Ringkasan

Negosiasi adalah perundingan antara dua pihak yang berkepentingan. Pertentangan atau konflik bisa terjadi kapan dan siapa saja dalam kegiatan bisnis. Usaha manusia untuk meredakan pertikaian atau konflik dalam mencapai kestabilan dinamakan “akomodasi”. Pihak-pihak yang berkonflik kemudian saling menyesuaikan diri pada keadaan tersebut dengan cara bekerja sama.

Permasalahan atau konflik yang terjadi dalam perusahaan hendaknya dapat diatasi dengan baik. Tidak hanya pemimpin, namun semua anggotapun harus saling menempatkan diri dan mengambil peran dalam perusahaan.

G. Pertanyaan:

1. Jelaskan persiapan negosiasi?
3. Jelaskan tujuan negosiasi?
3. Bagaimanakah dalam menyikapi konflik?

4. Jelaskan filosofi negosiasi?
5. Tuliskan pendapat kamu filosofi yang tepat untuk mengatasi konflik, beri alasannya?

Daftar Pustaka

- Elizabeth, Ngah-Kiing Lim. 2004. *Strategies for Effective Cross – Cultural Negotiation: The FRAME Approach*. Singapore. McGrawHill.
- Hartman, George M. 1997. *Seni Negosiasi (Tips Negosiasi yang Gemilang)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Himstreet, William C; Baty, Wayne Murlin. 1990. *Business Communicationss: Principles and Methods*. Boston : PWS-. Kent Publishing Company,
- Oliver, David. 2002. *Cara Berunding lebih Efektif (101 Ways to Negotiate More Effectively)*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

BAB IX TIPE NEGOSIATOR

A. Pendahuluan

Dalam dunia bisnis, istilah negosiasi bukanlah hal yang baru. Negosiasi digunakan untuk menjembatani dua kepentingan yang berbeda, misalnya antara produsen dengan konsumen. Oleh karena itu, agar terjadi suatu kesepakatan di antara kedua belah pihak, diperlukan negosiasi. Sementara itu, orang yang melakukan negosiasi sering disebut sebagai seorang negosiator.

Dalam komunikasi bisnis, bernegosiasi sangat dibutuhkan dalam mencapai suatu kesepakatan bersama antara dua belah pihak yang bersangkutan. Dalam bernegosiasi ada tata cara tersendiri sehingga kesepakatan di antara keduanya bisa tercapai. Dalam suatu proses negosiasi, selalu ada dua belah pihak yang berlawanan atau berbeda sudut pandangnya. Agar dapat menemukan titik temu atau kesepakatan, kedua belah pihak perlu bernegosiasi. Orang yang memiliki kepandaian dalam mengkomunikasikan hubungan dengan rekan bisnis disebut negosiator.

Dalam perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dapat menjelaskan mengenai:

1. Pengertian Negosiator
2. Tipe-tipe Negosiator
3. Persyaratan Seorang Negosiator

B. Pengertian Negosiator

Hartman (1997) dalam buku karya Purwanto (2006) pengertian negosiasi dapat berbeda-beda tergantung dari sudut pandang siapa yang terlibat dalam bernegosiasi. Dalam hal ini, ada dua pihak yang berkepentingan dalam bernegosiasi, yaitu pembeli dan penjual. Hartman menegaskan bahwa negosiasi merupakan suatu proses komunikasi antara dua pihak, yang masing-masing mempunyai tujuan dan sudut pandang mereka sendiri, yang berusaha mencapai kesepakatan yang memuaskan kedua belah pihak mengenai masalah yang sama.

Menurut Oliver (2002), negosiasi adalah sebuah transaksi dimana kedua belah pihak mempunyai hak atas hasil akhir. Hal ini memerlukan persetujuan kedua belah pihak sehingga terjadi proses yang saling memberi dan menerima sesuatu untuk mencapai kesepakatan bersama. Sementara itu Casse, negosiasi adalah proses dimana paling sedikit ada dua pihak dengan persepsi, kebutuhan, dan motivasi yang berbeda mencoba untuk bersepakat tentang suatu hal demi kepentingan bersama.

Negosiator adalah orang yang melakukan negosiasi. Negosiator umumnya memiliki kedudukan yang penting untuk mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak. Tentu saja, ini menjadikan posisi negosiator penting supaya kesepakatan yang ingin dicapai antara kedua belah pihak tadi memang benar-benar mampu terwujud dan sesuai dengan apa yang diinginkannya.

C. Tipe-tipe Negosiator

Terdapat berbagai macam tipe negosiator dalam [komunikasi bisnis](#) yang perlu diketahui sehingga kita mampu memahami bagaimana sebuah proses negosiasi bisnis bisa diselesaikan dengan baik. Negosiator juga harus tahu [bentuk komunikasi bisnis](#) itu apa saja. [Cara berkomunikasi dengan baik](#) mungkin juga perlu dimiliki oleh seorang negosiator supaya ia mampu menangani apa yang menjadi keinginan antara kedua belah pihak. Jenis komunikasi yang dilakukan memang termasuk [komunikasi interpersonal](#). Namun demikian, ada pula tipe negosiator yang sama sekali tidak kompeten dalam memegang kendali dalam hal kesepakatan bisnis.

Berikut ini adalah beberapa macam tipe-tipe dari negosiator yaitu:

1. Tipe Asertif

Negosiator dengan tipe asertif adalah salah satu tipe yang sangat direkomendasikan. Jarang ada yang mampu memiliki sikap dan sifat asertif. Asertif adalah kemampuan menyampaikan sesuatu tanpa menyakiti pihak tertentu. Meskipun sesuatu yang akan disampaikan tersebut sifatnya berupa kesalahan suatu pihak, namun pihak lain tetap bisa menerima dengan baik. Ini adalah jenis negosiator yang patut menjadi panutan.

2. Tipe Akomodator

Tipe akomodator dari seorang negosiator memiliki pengertian bahwa seorang negosiator tersebut akan berorientasi pada hubungan yang baik. Ini berarti umumnya negosiator dengan tipe akomodator akan berusaha “menyenangkan” orang lain. Biasanya negosiator tipe akomodator lebih berusaha menjaga *mood* dari beberapa macam pihak yang terlibat.

3. Tipe Analisis

Hampir mirip dengan tipe asertif, tipe analisis merupakan tipe negosiator yang sama-sama bersifat menyampaikan sesuatu dengan berusaha tanpa menyakiti beberapa pihak yang ada. Perbedaannya ada pada spontanitas dari pesan yang akan disampaikan. Pada tipe

asertif, seseorang mungkin akan lebih spontan mengungkapkan apa yang menjadi inti permasalahan. Tipe analisis tidak akan terburu-buru dalam mengungkapkan hal tersebut sampai fakta dan data terkumpul dengan terstruktur.

4. Tipe Curang

Tipe negosiator curang sudah terlihat dari namanya. Tipe ini akan berusaha memenangkan kesepakatan dengan berbagai macam cara yang licik. Tentu saja ini adalah jenis negosiator yang perlu dihindari, meskipun dalam beberapa macam bisnis, praktik kecurangan diambil untuk memenangkan suatu pihak saja. Ini adalah salah satu hal yang kurang bagus dan etis ketika diterapkan dalam dunia bisnis. Persaingan bisnis menjadi kurang sehat tentunya. [Manajemen public relations](#) agaknya menjadi sebuah hal yang kurang dikuasai oleh tipe ini.

Harus berhati-hati berhadapan dengan seorang negosiator yang curang karena pada dasarnya yang terlintas dalam benak pikirannya adalah bagaimana memenangkan negosiasi dan mengalahkan anda. Yang penting bagi negosiator curang adalah dapat memenangkan negosiasinya.

5. Tipe Profesional

Tipe profesional sebenarnya merangkum tiga tipe negosiator teratas dari daftar ini. Sikap yang profesional ditunjukkan sebagai jalan untuk membuka keobjektifan dari kesepakatan bisnis yang akan diambil. Tipe negosiator dalam komunikasi bisnis ini termasuk bagus dan cocok untuk digunakan manakala ada kesepakatan bisnis yang penting dan perlu diambil. Bahkan, bisa saja tipe ini menguasai [komunikasi bisnis lintas budaya](#) yang menjadikan kesepakatan cepat untuk diambil.

Seorang negosiator yang profesional akan tahu apa yang sedang dinegosiasikan, dan tahu bagaimana memperoleh apa yang diinginkannya. Ia memiliki pengetahuan dan ketrampilan bernegosiasi dengan baik. Yang tak kalah pentingnya adalah ia tahu banyak hal tentang lawan negosiasinya.

6. Tipe Bodoh

Negosiator tipe bodoh adalah tipe yang tidak berusaha memenangkan kedua belah pihak. Ini sedikit menggelikan, karena bagaimana pun juga, kesepakatan bisnis ingin dicapai dengan menggunakan bantuan negosiator. Namun sayangnya, ada tipe yang justru tidak ingin memenangkan kesepakatan untuk kedua belah pihak. Hasilnya tentu saja membuat

hasil kesepakatan yang akan diambil menjadi lebih lama dan mengulur-ulur waktu. [Komunikasi informal](#) bahkan sering timbul dari tipe negosiator ini.

Seorang negosiator yang bodoh cenderung menghendaki kekalahan untuk kedua belah pihak. Tidak peduli apapun yang anda lakukan, ia akan berusaha sekuat tenaga agar tidak ada yang bisa menang. Yang penting baginya tidak ada yang menang dalam negosiasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi negosiator macam ini, anda harus memahami apa yang sebenarnya terjadi di balik perilaku pihak lawan yang berpura-pura bodoh tersebut. Jika ia takut kalah, yakinkanlah agar ia memiliki motivasi yang kuat untuk bernegosiasi dengan baik. Jika ia tidak tahu, berilah pengertian yang sejelas-jelasnya, sehingga ia memahaminya dengan baik. Jika ia merasa terancam, maka bersikaplah arif dan bijak dalam bernegosiasi.

7. Tipe Naif

Tipe naif kebalikan dari tipe bodoh. Apabila tipe bodoh tidak berusaha memenangkan kesepakatan antara kedua belah pihak, tipe naif justru tidak menguasai sama sekali bahan apa yang akan menjadi kesepakatan. Umumnya, tipe naif tidak memiliki posisi netral yang kuat. Ia akan mudah terpancing dengan argumen suatu pihak. Namun bila pihak lain argumennya ternyata lebih disukai, negosiator ini juga akan menyetujuinya juga.

Berbagai macam tipe negosiator tersebut adalah gambaran secara umum. Kita mungkin perlu juga mengetahui [teori komunikasi public relations](#) agar lebih mengerti tentang hal ini. Tentu saja tipe negosiator dalam komunikasi bisnis perlu dipilih dengan baik agar kesepakatan yang dihasilkan benar-benar baik dan adil.

Pada umumnya negosiator yang tidak siap bernegosiasi, tidak tahu pokok persoalan yang akan dinegosiasikan, bahkan cenderung percaya begitu saja pada pihak lawan negosiasinya. Kalau perlu, ia bersedia memberikan apa saja yang diminta oleh pihak negosiasinya. Dengan seorang negosiator yang naif, pihak lawan jelas dapat menang dengan mudah. Namun, pihak lawan sebaiknya tetap harus lebih berhati-hati, karena bukan tidak mungkin ia sedang menyembunyikan sesuatu yang tidak diketahui pihak lawan negosiasinya. Negosiator bisa juga menyetujui apa yang diinginkan pihak lawan negosiasi, karena mempunyai tujuan lain yang menurutnya sangat berarti baginya.

D. Persyaratan Seorang Negosiator

Negosiator yaitu seseorang yang ditunjuk untuk melakukan negosiasi. Persyaratannya adalah sebagai berikut: (1) mempunyai wawasan yang luas dalam bidang yang akan dirundingkan, (2) mempunyai kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi, (3) mempunyai kemampuan mengungkapkan dan mengekspresikan substansi permasalahan, (4) mempercayai kepercayaan yang kuat, (5) selalu berfikir positif, (6) pandai mengendalikan emosi, dan (7) sikap dan penampilan yang baik.

Untuk menghindari hal yang tidak diinginkan, misalnya ingkar salah satu pihak terhadap kesepakatan, maka ada baiknya hasil perundingan dibuat secara tertulis dalam bentuk nota kesepakatan (*Memorandum of Understanding*) atau dalam bentuk surat perjanjian (*Letter of Agreement*).

Ada beberapa tips negosiator, berikut ini adalah beberapa diantaranya.

Negosiasi secara Umum

1. Buatlah Itu Menjadi Kebutuhan Perusahaan

Saat Anda membuat negosiasi, jangan bicara itu sebagai kebutuhan dan keinginan Anda, bingkailah permintaan Anda dalam kaitan dengan bagaimana Anda akan atau telah membantu perusahaan Anda mencapai tujuannya. Bantulah mereka yakin bahwa mereka harus membayar Anda lebih untuk keahlian dan/atau prestasi yang telah Anda lakukan.

2. Lakukan Penelitian

Tanyakan pada orang-orang berapa banyak mereka telah dibayar dengan jabatan, pengalaman dan keahlian yang Anda miliki. Atau, Anda dapat mencari referensi gaji yang seharusnya Anda terima dengan jabatan yang Anda miliki dalam situs-situs.

3. Berlatih, Berlatih, Berlatih

Berlatihlah seni berbicara untuk sebuah negosiasi di depan cermin, teman, kakak/adik, hewan peliharaan, di dalam kamar mandi, di kamar, di kebun Anda. Ya, Anda harus berlatih setiap saat di depan siapa saja dan di mana saja Anda berada.

Gambar-12. Negosiasi Transaksi



via pinterest.com

<https://wadyanikhwansyah1.blogspot.co.id/2017/05/proposal-bisnis-kue-bolu.html>

Contoh -20 Teks Negosiasi Jual Beli Barang – Kabel Orientasi

Penjual: Mari mas, ada yang bisa saya bantu?

Permintaan

Pembeli: ada dong mbak, di sini jual kabel nggak ya?

Penjual: Kabel yang kayak apa ya mas?

Pembeli: Kabel yang hitam lurus kayak rambut mbaknya ini lho!

Penjual: Hahaha, bisa aja masnya ini! Kabel yang gimana? Nanti saya cariin.

Pembeli: Kabel ukuran 1,5 100 meter, kabel ukuran 2,75 50 meter.

Penjual: Merek apa mas?

Pembeli: Yang bagus apa ya mbak?

Penjual: Biasanya yang dicari banyak orang itu Eterna mas, murah, bagus.

Pembeli: Coba mbak lihat barangnya boleh?

Penjual: Kabelnya kan mas? Bentar ya, saya ambilkan dulu.

Pemenuhan

Penjual: Mas, ini kabelnya yang tersedia tinggal yang panjangnya 50 meter-an, yang 100 meter kosong. Ada sih yang langsung 100 meter tapi warna putih. Gimana mas?

Pembeli: Wah, putih kayak kulit mbaknya dong, hahaha. Yang item aja mbak, 50 meter-an gak apa-apa.

Penjual: Brarti kabel Eterna ukuran 1,5 panjangnya 2 x 50 meter sama ukuran 2,75 50 meter ya mas?

Pembeli: Iya mbak, oh iya lupa, itu harganya berapa ya mbak?

Penjual: Bentar mas tak lihat dulu...ini yang ukuran 1,5 50 meternya 350 ribu mas, terus yang 2,75 550 ribu, jadi totalnya 1.300.000 mas.

Penawaran

Pembeli: Wah, mahal juga ya...gak bisa kurang mbak?

Penjual: Ini sudah murah mas, toko lain gak segini harganya.

Pembeli: Masak nggak ada potongan mbak? Kalau ada besok saya belanja ke sini lagi deh.

Penjual: Buat pasang di mana mas?

Pembeli: Itu lho, proyek pembangunan kantor di ujung jalan sana.

Penjual: Bentar ya mas, tak tanya si Bos dulu, siapa tahu kalau buat proyek ada bonus buat masnya kalau belanja di sini.

Pembeli: Asik....di tunggu mbak.

Penjual: Ada mas, tapi nggak banyak. Harganya tetep segitu, terus buat masnya 70 ribu. Gimana mas?

Persetujuan

Pembeli: Siap mbak, saya ambil. Pakai nota ya mbak.

Penjual: Iya mas, Tunggu bentar ya.

Pembelian

Pembeli: 1.300.000 ya mbak...ini mbak uangnya.

Penjual: Maaf, saya hitung sebentar ya mas.... Sip, uangnya pas ya mas. Terus ini notanya, lunas, sama ini bonus buat masnya.

Penutup

Pembeli: Siap, terimakasih banyak ya mbak.

Penjual: Sama-sama mas, kalau besok-besok belanjanya lebih banyak lagi bonusnya juga banyak lho mas kata si bos.

Pembeli: Siap mbak, besok-besok masih ada yang harus dibeli kok. Terimakasih mbak.

Penjual: Sama-sama mas.

Contoh-22 Negosiasi Konflik Pengusaha – Bank

NEGOSIASI ANTARA PENGUSAHA DAN PIHAK BANK

no.1-3 : orientasi

no.4-6 : pengajuan

no.7-12 : penawaran

no.13-16 : persetujuan

no.17-19 : penutup

1.pengusaha: selamat siang

2.pihak bank: selamat siang. adayg bisa sy bantu?

3.pengusaha: ya, saya ingin bertemu dg kepala bag.kredit

4.pihak bank: mari saya antar. (menuju ke r.kepala bag.kredit)

5.pengusaha: begini pak. saya akan mengembangkan usaha sy. jadi, sy akan mengajukan kredit

6.pihak bank: berapa jumlah uang yang anda butuhkan untuk mengembangkan usaha anda?

7.pengusaha: sy membutuhkan dana sebesar 400jt. bisakah sy mendapatkan pinjaman itu?

8.pihak bank: maaf, pak. jumlah pinjaman bapak terlalu besar. bagaimana jika pihak bank memberikan pinjaman kpd bapak sebesar 200jt

9.pengusaha: apa tidak bisa lebih dari itu pak ? sy kan sudah lama menjadi nasabah dibak ini.

10.pihak bank: baiklah untuk bapak sy berikan 230jt. bagaimana pak?

11.pengusaha: usahakan lebih. saya membutuhkan itu untuk mengembangkan usaha saya.
12.pihak bank: baiklah. bank hanya mampu memberikan pinjaman sebesar 250jt
13.pengusaha: baiklah. akan sy ambil. kapan uang itu dapat dicairkan. kalau bisa secepatnya
14.pihak bank: kalau bapak setuju uang itu bisa dicairkan secepatnya
15.pengusaha: ya, lalu bagaimana selanjutnya?
16.pihak bank: pihak bank akan memberikan pelayanan yg terbaik untuk bapak.
17.pengusaha: baiklah kalau begitu terima kasih atas kerjasamanya, saya permisi dahulu pak.
18.pihak bank: sama-sama pak. selamat siang
19.pengusaha: selamat siang.
(keluar dari ruang.kepala bag.kredit)

Sumber: <http://www.kcaturdev.web.id/2016/02/kumpulan-contoh-teks-negosiasi.html>
(tersedia 19/3/2018)

E. Ringkasan

Berdasarkan beberapa pengertian negosiasi tersebut, dapat dikemukakan bahwa suatu proses negosiasi selalu melibatkan dua orang atau lebih yang saling berinteraksi, mencari suatu kesepakatan kedua belah pihak, dan mencapai tujuan yang dikehendaki bersama kedua belah pihak yang terlibat dalam negosiasi.

Orang yang memiliki kepandaian dalam mengkomunikasikan hubungan dengan rekan bisnis disebut negosiator.

F. Pertanyaan:

1. Jelaskan pengertian negosiator?
2. Sebutkan tipe-tipe negosiator?
3. Jelaskan tipe negosiator yang paling tepat untuk melaksanakan komunikasi bisnis?
4. Tuliskan persyaratan seorang negosiator?

Daftar Pustaka

Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Hartman, George, M. 1997. *Seni Negosiasi (Tips Negosiasi yang Gemilang)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Himstreet, William C; Baty, Wayne Murlin. 1990. *Business. Communicationss: Principles and Methods*. Boston: PWS-. Kent Publishing Company.

BAB X

R A P A T

A. Pendahuluan

Pada umumnya rapat (*meeting*) menjadi salah satu media komunikasi dan koordinasi yang digunakan dalam suatu organisasi bisnis maupun nonbisnis untuk membahas atau mendiskusikan suatu topik tertentu.

Dalam perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dapat menjelaskan mengenai:

1. Pengertian rapat
2. Perbedaan Rapat Bisnis dan Rapat Nonbisnis
3. Menjalankan Rapat Bisnis

B. Pengertian Rapat

Rapat adalah setiap jenis maksud tertentu dari orang-orang yang datang bersama-sama untuk melaksanakan bisnis perusahaan (*3 M Management Team*) Curtis *et.all.* (1996:186). Rapat juga dapat didefinisikan sebagai pertemuan dua orang atau lebih untuk membicarakan dan merundingkan suatu masalah yang menyangkut kepentingan bersama. Anwar Arifin, (1984) menjelaskan rapat tentu bukanlah hal yang asing dalam dunia bisnis maupun nonbisnis, baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Rapat yang mereka selenggarakan pada umumnya melibatkan dua orang atau lebih untuk membahas sesuatu. Oleh karena itu, rapat bisnis dapat didefinisikan sebagai bentuk pertemuan dua orang atau lebih di suatu tempat, baik di dalam maupun di luar kantor untuk membahas hal hal yang berkaitan dengan kegiatan bisnis.

C. Perbedaan Rapat Bisnis dan Rapat Nonbisnis

Perbedaan Rapat Bisnis dengan Rapat Nonbisnis Salah satu faktor yang membedakan rapat bisnis dengan rapat nonbisnis adalah tujuan atau orientasi penyelenggaraan sebuah pertemuan. Dalam hal ini, rapat bisnis tentu orientasi atau tujuannya adalah bisnis. Berbicara tentang bisnis, pada akhirnya adalah bagaimana suatu perusahaan memperoleh laba/keuntungan. Di samping itu rapat bisnis umumnya bersifat resmi atau formal dan cenderung protokoler seremonial. Sementara itu, rapat non bisnis orientasi atau tujuan penyelenggaraannya bukan berorientasi pada bisnis, misalnya untuk tujuan sosial kemasyarakatan, peningkatan pelayanan kesehatan, dan pendidikan.

Dilihat dari sisi formalitasnya, rapat nonbisnis sifatnya adalah formal dan tidak formal Tujuan rapat Menurut Locker dalam bukunya *Business Communication: Building Critical*

Skills menyatakan bahwa sebuah rapat pada umumnya mempunyai enam tujuan, antara lain: (1) berbagi informasi, (2) penjajakan ide/gagasan, (3) evaluasi ide/gagasan, (4) pengambilan keputusan, (5) membuat dokumen, dan (6) memotivasi peserta dalam bisnis. Penyelenggaraan rapat bisnis tidak harus mencakup keenam tujuan tersebut. Rapat bisnis yang diselenggarakan oleh sebuah perusahaan bisa saja hanya dimaksudkan menginformasikan berbagai informasi penting yang harus diketahui oleh peserta rapat, diikuti dengan sesi tanya jawab. Namun bisa saja sebuah rapat bisnis dimaksudkan untuk menginformasikan sesuatu kepada peserta, melakukan penjajakan ide.

D. Menjalankan Rapat Bisnis

Gambar-13 Suasana Rapat



Rapat bisnis merupakan salah satu agenda kantor yang mempunyai fungsi sangat penting. Selain sebagai sarana koordinasi antara atasan dan staf, masih banyak fungsi lain dari diadakannya rapat bisnis. Selain itu tidak sedikit pula pekerja yang akhirnya mendapatkan promosi jabatan karena mampu menyajikan suasana rapat secara professional.

Namun disadari atau tidak, di kala jadwal rapat tiba tidak sedikit dari anggota rapat yang merasa tidak nyaman dengan hal itu. Alasannya pun beragam, mulai rasa malas hingga ketegangan yang melanda karena Anda harus membawa presentasi bisnis yang sangat penting pada rapat tersebut.

Oleh karena itu persiapan dan keyakinan menjadi kunci pokok bagaimana mampu menjalankan sebuah rapat bisnis dengan baik. Lebih lengkap lagi berikut ini beberapa tips dalam tahapan menjalankan rapat bisnis yang efektif dan efisien.

1. Tahap Persiapan

Tahapan yang pertama tentunya tahap persiapan. Tahapan ini sangatlah penting dan menentukan kesiapan Anda menjalankan rapat. Hal pertama yang wajib kita siapkan adalah merangkum sebuah kalimat pembuka yang berisi tujuan serta manfaat yang akan didapatkan dari rapat tersebut.

Sesuai dengan istilah, kesan pertama selalu menggoda, hadirkan first impression yang baik pada pimpinan atau rekan staff yang lain. Dengan memberikan pemaparan yang lugas tentang tujuan dan manfaat rapat, peserta lain akan mampu menangkap arah rapat tersebut nantinya. Selain itu hal tersebut juga akan memberikan kesan bahwa Anda adalah orang yang memiliki pola pikir terstruktur.

Kemudian disamping materi presentasi, yang tidak kalah penting adalah menyusun *time management* untuk keseluruhan presentasi yang akan dibawakan. Dengan penentuan waktu yang baik, maka rapatpun bisa berjalan dengan efisien tanpa harus membuang waktu terlalu banyak. Tetapkan berapa alokasi waktu untuk pembukaan, pembacaan materi hingga proses kesimpulan bersama.

2. Selama Rapat Bisnis Berlangsung

Memasuki waktu rapat, jangan lupa untuk mengutarakan rangkaian kalimat tentang tujuan dan manfaat yang telah Anda susun sebelumnya. Hal ini memiliki beberapa tujuan, yang pertama memastikan kembali kepada seluruh peserta rapat tentang apa yang ingin dicapai pada rapat kali ini. Manfaat yang lain adalah agar peserta lebih siap dengan materi yang akan dibawakan.

Selama rapat bisnis berlangsung, usahakan agar pengaturan waktu tetap dijalankan dengan presisi. Dari agenda satu ke agenda berikutnya diusahakan tetap berjalan pada ritme yang telah direncanakan sebelumnya.

Namun masalahnya adalah pada beberapa poin pembahasan yang sangat krusial, kerap timbul argument berbeda dari para peserta yang tentunya mengkonsumsi waktu lebih lama dari jadwal yang ditentukan. Disinilah peran ketua rapat harus dijalankan dengan baik. Jika dirasa topik bahasan memang penting, maka dipersilahkan untuk menambahkan waktu lebih untuk menyelesaikan. Namun jika argument yang muncul dirasa hanya sebatas debat kusir, lebih baik segera dipotong untuk mengoptimalkan waktu.

Hal lain yang juga tidak boleh dilewatkan adalah memberikan waktu pada setiap peserta yang ingin mengutarakan pendapat atau idenya. Membatasi ide yang muncul selama proses rapat sama saja menghilangkan potensi munculnya solusi besar untuk perusahaan.

3. Pasca Rapat

Setelah rapat bisnis selesai, masih ada beberapa hal yang harus Anda lakukan. Notulen dari hasil rapat tentunya sangat penting, oleh karena itu hasil rapat tersebut harus disampaikan pada pihak-pihak yang berkepentingan.

Dari catatan tersebut nantinya juga bisa ditangkap apa saja yang berjalan dengan baik dan bagian mana saja yang belum bisa berjalan sesuai dengan rencana semula. Ini tentu bisa menjadi bahan evaluasi untuk rapat selanjutnya.

Contoh-22 Skenario Rapat Bisnis

MC : assalamualaikum. Selamat pagi bapak dan ibu sekalian

Peserta : waalaikumsalam. Selamat pagi

MC : terima kasih. Sebelum rapat pada pagi hari ini dimulai, perkenankan saya untuk memandu dan membuka rapat dengan mengucapkan basmalah bersama-sama.

Peserta : bismillahirrahmanirrahim

MC : terimakasih. Semoga rapat pada pagi hari ini berjalan dengan lancar. Selanjutnya rapat akan dipimpin oleh ibu Nur Annisa selaku Direktur Utama PT Sky High. Untuk itu, kepada Ibu Nur Annisa, saya persilahkan.

Nur : assalamualaikum, selamat pagi dan salam sejahtera

Peserta : waalaikumsalam

Nur: terimakasih kepada sdr. Nida atas kesempatannya dan telah membuka rapat pada pagi hari ini . terimakasih kepada rekan-rekan sekalian yang sudah hadir tepat pada waktu yang sudah kita sepakati. Berdasarkan usulan dari divisi produksi kita akan menambah cabang baru dikarenakan banyak perminta pasar. Untuk lebih jelasnya saya berikan kesempatan kepada divisi produksi untuk menjelaskan lebih detail mengenai usulan tersebut. Kepada saudara dinda saya persilahkan.

Dinda : terimakasih atas kesempatannya, dapat diketahui bahwa produk dari perusahaan kita sedang menjadi trending topik di kalangan masyarakat dilihat dari antusias berbagai kalangan masyarakat di luar Jabodetabek dalam membeli produk yang kita jual, tidak sedikit

dari masyarakat di luar Jabodetabek menginginkan perusahaan kita membuka cabang diluar Jabodetabek agar lebih dekat dengan konsumen. Terimakasih

Nur : baik terimakasih atas penjelasannya, hal tersebut cukup membanggakan dengan begitu artinya produk kita banyak diminati masyarakat, dan saya sendiri cukup senang mendengar usulan tersebut, tetapi tentu hal ini membutuhkan pemikiran yang cukup matang terutama dari segi keuangan kita, bagaimana dari divisi keuangan, adakah yang bisa dilaporkan terkait keuangan perusahaan kita yang bisa menunjang terbentuknya cabang baru? Silahkan kepada saudara Wina untuk menjelaskan.

Wina : Selamat pagi. Sebelumnya saya ucapkan terimakasih kepada ibu selaku direktur utama atas kesempatan yang diberikan. Disini saya akan memaparkan tentang kenaikan omzet yang diperoleh perusahaan kita. Dapat kita ketahui pada tahun 2016 kenaikan omzet meningkat sebesar 15%, 2017 kenaikan omzet meningkat sebesar 20% dan pada tahun ini kenaikan omzet meningkat sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan kita mendapatkan respon positif dari masyarakat. Oleh karena itu, kita patut bangga dan bersyukur atas hal tersebut dan jangan sampai menurunkan kinerja kita atau staff pegawai yang lain. Hanya itu yang bisa saya sampaikan, terimakasih

Nur: terimakasih sdr.Wina telah memaparkan laporannya. ya jika diamati memang perusahaan kita mengalami kenaikan omzet yang cukup signifikan dari tahun ketahunnya, ini cukup melegakan bagi keberlangsungan suatu perusahaan terutama ketika kita ingin mengembangkan usaha kita. selanjutnya saya berikan kesempatan kepada rekan-rekan sekalian untuk memberikan usulan, pendapat maupun kritik, dipersilakan.

Deni : (mengangkat tangan) sesuai dengan paparan Ibu, saya mengusulkan agar pembukaan cabang baru dilakukan di kota Bandung

Neng : mohon maaf bapak irfan, saya ingin mengetahui mengapa bapak menginginkan pembukaan cabang di kota Bandung? Sedangkan setahu saya kota Bandung itu sudah banyak perusahaan yang bergerak di bidang yang sama seperti perusahaan kita

Deni : terimakasih, izinkan saya menjawab pertanyaan dari Ibu. Saya beralasan karena kota Bandung sudah menjadi pusatnya mode pakaian, saya sengaja mengiginkan pembukaan cabang baru disana karena banyak konsumen dari kota Bandung sengaja pergi ke wilayah Jabodetabek hanya untuk membeli produk dari perusahaan kita. Bandung merupakan tempat yang cukup strategis. Terimakasih.

Raden: (menambahkan) izinkan saya menambahkan paparan dari bapak Deni, sesuai dengan data *online* cabang Bogor bahwa konsumen dari daerah kota Bandung banyak sekali peminat terhadap produk kita, maka dari itu saya setuju dengan usulan tempat yang dipaparkan oleh bapak Irfan

MC : ya terimakasih kepada bapak Raden, mohon maaf kepada Bapak Ibu sekalian, sebelum kita lanjut ke pembahasan berikutnya, mari kita *break* sejenak selama 10 menit untuk menyantap makan ringan yang telah disediakan. Kepada ibu/bapak sekalian saya persilahkan dan selamat menikmati.

(jeda 10 menit)

MC : waktu *break* telah habis, mari kita mulai kembali pembahasan berikutnya, dan saya serahkan kepada Ibu Nur Annisa selaku direktur utama untuk memandu rapat kembali.

Nur: terimakasih kepada Sdr. Nida. Baik kita lanjutkan kembali pembahasan mengenai pembukaan cabang baru. Terimakasih juga atas usulan dari bapak Irfan dan ibu Nisa. Saya menyimak usulan rekan-rekan menginginkan untuk membuka di kota Bandung, begitupun dengan bapak raden terimakasih, Maka bisa kita sepakati mengenai pembukaan cabang baru PT Sky High akan ditempatkan di kota Bandung. Selanjutnya, bagaimana dengan Ibu Sri Rahayu selaku manajer pemasaran? Strategi apa yang akan anda lakukan agar pembukaan cabang baru kita ini dapat memperoleh pasar yang cukup luas?

Sri rahayu : baik terimakasih kepada ibu atas kesempatannya, sebelumnya saya juga ingin menyatakan setuju dengan usulan bapak Irfan, saya akan melakukan strategi pemasaran secara *online* dan juga membuat brosur yang nantinya akan disebar melalui keramaian seperti CFD atau memasang spanduk di pusat kota Bandung.

Nur : baik, terimakasih kepada ibu Sri atas pemaparannya, untuk mempersiapkan hal tersebut saya minta kepada ibu Ratna selaku sekretaris untuk mempersiapkan segala macam administrasi yang diperlukan.

Ratna :baik bu, saya akan segera melakukan tugas saya untuk mengurus semua administrasi yang dibutuhkan seperti mulai dari proposal pengajuan pembukaan cabang baru, juga membuat surat-surat perizinan dan sebagainya. Terimakasih.

Nur :terimakasih kepada bu ratna, untuk keberlangsungan hal tersebut saya membutuhkan tenaga kerja untuk membangun tempat yang akan kita tempati. Selanjutnya bagaimana dengan Saudara Fahni mengenai ketenagakerjaan?

Fahni :sebelumnya saya ucapkan terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan, untuk pelaksanaan tenaga kerja saya sudah mempunyai kontraktor yang biasa bekerjasama dengan perusahaan kita, menurut saya kinerjanya cukup profesional dengan hasil kerja yang memuaskan.

Nur :baik, saya terima paparan dari sdr. Fahni. Selanjutnyaa, apakah ada yang ingin memberikan usulan, pendapat maupun kritiknya lagi?

Ratna : seperti yang tidak bu, saya setuju dengan paparan Ibu Fahni mengenai kontraktor ketenagakerjaan. Semoga rencana ini berjalan dengan lancar

Nur : baik, sesuai dengan usulan, pendapat serta masukan-masukan dari Saudara sekalian dengan pertimbangan-pertimbangan yang matang, maka saya putuskan untuk menyetujui pembukaan cabang baru yang akan dibuka di Kota Bandung dengan tenaga kontraktor yang telah disetujui bersama. Saya harap semua rencana ini dapat berjalan sesuai dengan yang kita harapkan dan dapat meningkatkan mutu perusahaan yang lebih baik lagi. Terimakasih kepada semua Kepala Divisi dan Kepala Cabang yang telah berkenan hadir dalam rapat ini. Selanjutnya saya serahkan kembali kepada MC.

MC : baik, sekali lagi terimakasih kepada semua Kepala Divisi dan Kepala Cabang telah berkenan hadir dalam rapat ini, saya selaku MC mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya bila ada kesalahan, sebelum acara ditutup mari kita mendengar kesimpulan dari ibu Iyul selaku notulis, dipersilahkan.

Iyul : (membacakan kesimpulan)

MC : baik terimakasih bu, sekali lagi kami mengucapkan terimakasih atas kehadiran bapak dan ibu, untuk menutup acara hari ini mari kita mengucap Hamdalah bersama-sama, alhamdulillahirobilalamin, sekian dari saya terimakasih wabillahitaufikwalhidayah wasalamualaikum warrhmatullahi wabarakatu.

Sumber: <http://winasantika97.blogspot.co.id/2016/05/contoh-skenario-rapat.html> (tersedia 19/3/2018)

C. Ringkasan

Rapat adalah setiap jenis maksud tertentu dari orang-orang yang datang bersama-sama untuk melaksanakan bisnis perusahaan (*3 M Management Team*). Rapat juga dapat didefinisikan sebagai pertemuan dua orang atau lebih untuk membicarakan dan merundingkan suatu masalah yang menyangkut kepentingan bersama.

Rapat bisnis merupakan salah satu agenda kantor yang mempunyai fungsi sangat penting. Selain sebagai sarana koordinasi antara atasan dan staf, masih banyak fungsi lain dari diadakannya rapat bisnis. Selain itu tidak sedikit pula pekerja yang akhirnya mendapatkan promosi jabatan karena mampu menyajikan suasana rapat secara profesional.

F. Pertanyaan:

1. Jelaskan pengertian rapat?
2. Tuliskan perbedaan rapat bisnis dan rapat nonbisnis?
3. Bagaimana langkah-langkah dalam menjalankan rapat bisnis?

BAB XI

WAWANCARA KEPEGAWAIAN

A. Pendahuluan

Sumber daya manusia merupakan bagian terpenting dalam pelaksanaan fungsi dan tugas suatu instansi, perusahaan ataupun perguruan tinggi. Fungsi esensial manajemen sumber daya manusia adalah memastikan agar organisasi dapat mencapai tujuan-tujuan strategisnya dengan memiliki sumber daya manusia yang dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan instansi secara kuantitas maupun kualitas. Pengelolaan aspek manajemen sumber daya manusia dalam sebuah instansi atau perusahaan dapat dikelola dan dilaksanakan dengan optimal, pengelolaan yang dilakukan secara konvensional sudah tidak efektif dan efisien pada saat ini. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka harus dikembangkannya suatu Sistem informasi manajemen kepegawaian yang hadal.

Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian merupakan suatu sistem informasi manajemen yang berfungsi untuk mengelola data, manajemen dan administrasi kepegawaian sebuah instansi, perguruan tinggi ataupun perusahaan. SIM Kepegawaian menjadi solusi tepat bagi sebuah instansi, perusahaan ataupun perguruan tinggi dalam mengatasi masalah manajemen kepegawaian.

Wawancara seleksi adalah percakapan formal dan mendalam yang dilakukan untuk mengevaluasi hal dapat diterimanya atau tidak (*acceptability*) seorang pelamar. Pewawancara (*interviewer*) mencari jawab dua pertanyaan umum. Dapatkah pelamar melaksanakan pekerjaan? Bagaimana kemampuan pelamar dibandingkan dengan pelamar lain?

Dalam perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dapat menjelaskan mengenai:

1. Pengertian wawancara
2. Sistem Administrasi Kepegawaian
3. Fungsi Teknis Administrasi Kepegawaian
4. Tujuan Wawancara Kerja
5. Tipe-tipe Wawancara Kerja
6. Jenis Wawancara Kerja

B. Pengertian Wawancara

Wawancara (bahasa Inggris: *interview*) merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara

adalah untuk mendapatkan [informasi](#) yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber.

C. Sistem Administrasi Kepegawaian

Sistem administrasi kepegawaian adalah bagian dari administrasi negara yang kebijaksanaannya ditentukan dari tujuan yang ingin dicapai. Pola kebijaksanaannya tergantung pada bentuk negara yang dianut suatu negara, apakah federal atautkah kesatuan. selain itu, kebijaksanaan dasar sistem administrasi kepegawaian di Negara Indonesia mengacu pada Undang-Undang Nomor 43 tahun 1999 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 8 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Kepegawaian.

Pekerjaan-pekerjaan dapat diibaratkan sebagai “jembatan penghubung antara karyawan dan organisasi. Lowongan-lowongan pekerjaan merupakan penyebab timbulnya kebutuhan organisasi akan sumber daya manusia. Departemen personalia hendaknya membantu organisasi untuk memperoleh dan memelihara satuan kerja yang diinginkan dalam kepegawaian. Berbicara tentang masalah kepegawaian berarti tidak terlepas dari ketenagakerjaan. Hal ini, dikarenakan pegawai juga tenaga kerja. Penggunaan istilah pegawai, pekerja, kepegawaian, dan ketenagakerjaan sudah tidak asing lagi, bahkan secara yuridis istilah tersebut memiliki arti yang sama dalam kaitannya di suatu perusahaan dan instansi pemerintah.

Pada umumnya yang dimaksud dengan kepegawaian adalah segala hal mengenai kedudukan, kewajiban, hak dan pembinaan pegawai. Pegawai merupakan tenaga kerja meusia, jasmaniah meupun rohaniah (mental dan fikiran), yang senantiasa dibutuhkan dan menjadi modal pokok dalam badabn usaha kerja sama mencapai tujuan tertentu (organisasi).

Administrasi kepegawaian berkaitan dengan penggunaan sumber daya manusia dalam suatu organisasi. Pada umumnya yang dimaksud dengan kepegawaian adalah segala hal mengenai kedudukan, kewajiban, hak dan pembinaan pegawai. Pegawai merupakan tenaga kerja manusia. Jasmaniah maupun rohaniah (mental dan fikiran), yang senantiasa dibutuhkan dan menjadi salah satu modal pokok dalam badan usaha kerja sama untuk mencapai tujuan organisasi tertentu.

D. Fungsi Teknis Administrasi Kepegawaian

Administrasi kepegawaian pada hakikatnya melakukan dua fungsi yaitu fungsi manajerial, dan fungsi operatif (teknis). Fungsi manajerial berkaitan dengan pekerjaan pikiran atau menggunakan pikiran (mental) meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian pegawai. Sedangkan fungsi operatif (teknis), berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan fisik, meliputi pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi, pemeliharaan, dan pemensiunan pegawai.

Kegiatan seleksi tidak hanya merupakan proses pemilihan pegawai dari sekian banyak pelamar yang dijangkit melalui proses perekrutan, tetapi juga proses pemilihan calon pegawai terhadap organisasi yang akan dimasuki. Pegawai yang telah lolos seleksi akan diprioritaskan untuk mengikuti kegiatan orientasi sebelum yang bersangkutan ditempatkan dan mulai bekerja. Orientasi sangat penting terutama bagi pegawai baru. Hal ini dikarenakan apa yang diperoleh pertama kali seseorang memasuki dunia kerja akan berkesan lama, dan ini akan mempengaruhi pegawai tersebut.

Wawancara mempunyai tingkah fleksibilitas tinggi, karena dapat diterapkan baik terhadap para calon karyawan manajerial atau operasional, berketerampilan tinggi atau rendah, maupun staf. Teknik ini juga memungkinkan pertukaran informasi dua arah: pewawancara mempelajari pelamar, dan sebaliknya pelamar mempelajari perusahaan.

Wawancara seleksi mempunyai dua kelemahan utama: reliabilitas dan validitas. Bagaimanapun juga teknik wawancara penting dilakukan dalam proses seleksi karena efektivitasnya dapat dipercaya dan mempunyai fleksibilitas.

E. Tujuan Wawancara Kerja

Wawancara adalah salah satu metode penggalan data atau informasi yang sangat penting dan relatif paling sering digunakan untuk mengukur kemampuan individu. Wawancara umumnya dilakukan secara tatap muka antara satu orang kandidat dengan satu orang pewawancara. Namun ada juga wawancara yang dilakukan dengan menghadirkan beberapa orang pewawancara secara bersamaan ataupun terpisah satu per satu (biasa disebut wawancara panel). Lamanya wawancara bervariasi, biasanya sekitar 30 menit hingga 2

jam, namun ada juga yang sangat singkat hanya dalam hitungan waktu 5 – 15 menit. Semuanya tergantung tujuan dan teknik wawancara yang digunakan.

Di dalam proses seleksi, tujuan wawancara secara umum adalah memperoleh sejumlah informasi penting yang dibutuhkan untuk mengukur aspek perilaku tertentu. Informasi tersebut umumnya sulit diperoleh hanya melalui tes tertulis saja. Hingga saat ini, wawancara merupakan salah satu alat terpenting yang digunakan dalam asesmen calon karyawan. Selain menggali informasi, wawancara juga digunakan untuk mengklarifikasi ataupun mengkonfirmasi data yang sudah diperoleh, misalnya hal-hal yang tercantum dalam riwayat hidup.

Wawancara kerja (*job interview*) saat ini merupakan salah satu aspek penting dalam proses rekrutmen dan seleksi karyawan. Meskipun validitas wawancara dianggap lebih rendah jika dibandingkan dengan metode seleksi yang lain seperti psiko test, namun wawancara memiliki berbagai kelebihan yang memudahkan petugas seleksi dalam menggunakannya. Apapun penilaian pelamar (calon karyawan), wawancara kerja sebenarnya memberikan suatu kesempatan atau peluang bagi pelamar untuk mengubah lowongan kerja menjadi penawaran kerja. Mengingat bahwa wawancara kerja tersebut merupakan suatu proses pencarian pekerjaan yang memungkinkan pelamar untuk memperoleh akses langsung ke perusahaan (pemberi kerja), maka “*performance*” (baca: proses & hasil) wawancara kerja merupakan suatu hal yang sangat krusial dalam menentukan apakah pelamar akan diterima atau ditolak.

Bagi si pelamar, wawancara kerja memberikan kesempatan kepadanya untuk menjelaskan secara langsung pengalaman, pengetahuan, ketrampilan, dan berbagai faktor lainnya yang berguna untuk meyakinkan perusahaan bahwa dia layak (*qualified*) untuk melakukan pekerjaan (memegang jabatan) yang ditawarkan. Selain itu wawancara kerja juga memungkinkan pelamar untuk menunjukkan kemampuan interpersonal, professional, dan gaya hidup atau kepribadian pelamar. Jika di dalam CV (*Curriculum Vitae*) pelamar hanya bisa mengklaim bahwa dirinya memiliki kemampuan komunikasi dan interpersonal yang baik, maka dalam wawancara dia diberi kesempatan untuk membuktikannya.

Bagi perusahaan, wawancara kerja merupakan salah satu cara untuk menemukan kecocokan antara karakteristik pelamar dengan persyaratan jabatan yang harus dimiliki pelamar tersebut untuk memegang jabatan/pekerjaan yang ditawarkan.

Secara umum tujuan dari wawancara kerja adalah: (1) untuk mengetahui kepribadian pelamar, dan (2) mencari informasi relevan yang dituntut dalam persyaratan jabatan. Mendapatkan informasi tambahan yang diperlukan bagi jabatan dan perusahaan. Membantu perusahaan untuk mengidentifikasi pelamar-pelamar yang layak untuk diberikan penawaran kerja.

F. Tipe-tipe Wawancara Kerja

Dua teknik wawancara yang biasa dipergunakan perusahaan dalam melakukan wawancara kerja adalah wawancara kerja tradisional dan wawancara kerja behavioral. Dalam prakteknya perusahaan seringkali mengkombinasikan kedua teknik ini untuk memperoleh data yang lebih akurat.

1. Wawancara *Nondirective*

Teknik ini menggunakan pertanyaan-pertanyaan terbuka seperti “mengapa anda ingin bekerja di perusahaan ini”, dan “apa kelebihan dan kekurangan anda”. Kesuksesan atau kegagalan dalam wawancara tradisional akan sangat tergantung pada kemampuan si pelamar dalam berkomunikasi menjawab pertanyaan-pertanyaan, daripada kebenaran atau isi dari jawaban yang diberikan. Selain itu pertanyaan-pertanyaan yang diajukan lebih banyak bersifat mengklarifikasikan apa yang ditulis dalam surat lamaran dan CV pelamar. Dalam wawancara kerja tradisional, *recruiter* biasanya ingin menemukan jawaban atas 3 (tiga) pertanyaan: (a) apakah si pelamar memiliki pengetahuan, keterampilan dan kemampuan untuk melakukan pekerjaan?, (b) apakah si pelamar memiliki antusias dan etika kerja yang sesuai dengan harapan *recruiter*?, dan (c) apakah si pelamar akan bisa bekerja dalam tim dan memiliki kepribadian yang sesuai dengan budaya perusahaan?

2. Wawancara Kerja *Behavioral*

Berdasarkan pada teori bahwa “*performance*” (kinerja) di masa lalu merupakan indikator terbaik untuk meramalkan perilaku pelamar di masa mendatang (baca: ketika bekerja). Wawancara kerja dengan teknik ini sangat sering digunakan untuk merekrut karyawan pada level managerial atau oleh perusahaan yang dalam operasionalnya sangat mengutamakan masalah-masalah kepribadian, dimaksudkan untuk mengetahui respon pelamar terhadap suatu kondisi atau situasi tertentu sehingga pewawancara dapat melihat bagaimana pelamar memandang suatu tantangan/permasalahan dan menemukan solusinya.

Pertanyaan-pertanyaan yang biasanya diajukan antara lain: “coba anda ceritakan pengalaman anda ketika gagal mencapai target yang ditetapkan”, dan “berikan beberapa contoh tentang hal-hal apa yang anda lakukan ketika anda dipercaya menangani beberapa proyek sekaligus”. Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut si pelamar perlu mempersiapkan diri untuk mengingat kembali situasi, tindakan dan hasil yang terjadi pada saat yang lalu. Selain itu, sangat penting bagi pelamar untuk memancing pertanyaan-pertanyaan lebih lanjut dari pewawancara agar dapat menjelaskan secara rinci gambaran situasi yang dihadapinya.

Untuk itu diperlukan ketrampilan berkomunikasi yang baik dari si pelamar. Keberhasilan atau kegagalan dalam wawancara ini sangat tergantung pada kemampuan pelamar dalam menggambarkan situasi yang berhubungan dengan pertanyaan pewawancara secara rinci dan terfokus. Dalam wawancara kerja behavioral, si pelamar harus dapat menyusun jawaban yang mencakup 4 (empat) hal: (1) menggambarkan situasi yang terjadi saat itu, (2) menjelaskan tindakan-tindakan yang diambil untuk merespon situasi yang terjadi, (3) menceritakan hasil yang dicapai, dan (4) apa hikmah yang dipetik dari kejadian tersebut (apa yang dipelajari).

Dalam wawancara behavioral ini teknik yang paling sering dipergunakan adalah yang disebut S-T-A-R atau S-A-R atau P-A-R.

a. *Situation/Problem/Task*

Pelamar diminta untuk menggambarkan situasi yang terjadi atau tugas-tugas yang harus dilaksanakannya pada masa lalu. Pelamar harus menggambarkan situasi atau tugas tersebut secara spesifik, rinci dan mudah dipahami oleh pewawancara. Situasi atau tugas yang digambarkan, yaitu: dapat berasal dari pekerjaan sebelumnya, pengalaman semasa sekolah,

pengalaman tertentu, atau berbagai kejadian yang relevan dengan pertanyaan si pewawancara

b. *Action*

Pelamar diminta untuk menggambarkan tindakan-tindakan yang diambil dalam menghadapi situasi/masalah/tugas di atas. Dalam hal ini pelamar harus bisa memfokuskan pada permasalahan. Meskipun mungkin permasalahan yang ada ditangani oleh beberapa orang atau tim, pelamar harus memberikan penjelasan tentang apa saja peranannya dalam

tim tersebut, jangan mengatakan apa yang telah dilakukan oleh tim tetapi apa yang telah dilakukan pelamar sebagai bagian dari tim.

c. Results

Pelamar diminta menjelaskan hasil-hasil apa saja yang dicapai. Apa saja hambatan yang terjadi jika hasil tidak tercapai. Apa yang terjadi kemudian setelah permasalahan tersebut selesai dikerjakan. Lalu apa pelajaran yang dapat dipetik oleh pelamar dari kejadian tersebut.

Dalam wawancara yang menggunakan teknik wawancara kerja behavioral, maka pertanyaan-pertanyaan di atas seringkali ditambahkan dengan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut: (a) ceritakan pada saya/kami kapan anda mengalami suatu situasi yang sangat tidak menyenangkan dan bagaimana anda berhasil keluar dari situasi tersebut, (b) ceritakan pada saya/kami bagaimana anda meyakinkan klien anda ketika anda melakukan presentasi, (c) coba anda ceritakan bagaimana anda mengatasi situasi dimana anda harus melakukan banyak tugas dan anda harus membuat prioritas tugas mana yang harus didahulukan, (d) bisakah anda ceritakan keputusan apa yang paling sulit anda buat dalam setahun terakhir ini? Mengapa demikian?, (e) ceritakan mengapa tim anda gagal mencapai target pada tahun sebelumnya dan bagaimana anda memotivasi team tersebut sehingga dapat meraih sukses di tahunberikutnya, (f) bagaimana cara anda menyelesaikan konflik? Bisa beri contoh?, (g) bisakah anda ceritakan suatu kejadian dimana anda mencoba untuk menyelesaikan suatu tugas dan ternyata gagal?, dan (h) ceritakan apa yang anda lakukan ketika dipaksa membuat suatu aturan yang tidak menyenangkan bagi karyawan tetapi menguntungkan bagi perusahaan.

Sebagai suatu proses yang melibatkan interaksi antara kedua belah pihak, dalam wawancara kerja si pelamar juga biasanya diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan. Oleh karena itu akan sangat baik jika pelamar mempersiapkan beberapa pertanyaan, misalnya: (a) apa yang diharapkan dari saya jika saya diterima untuk jabatan ini?, (b) menurut pengalaman di sini, apa yang merupakan tantangan terbesar bagi pemegang jabatan ini?, (c) apakah ada pelatihan (internal maupun eksternal) yang dapat membantu saya untuk lebih berperan jika saya diterima bekerja di perusahaan ini?, dan (d) adakah ada hal-hal khusus di luar uraian jabatan yang harus saya selesaikan dalam waktu tertentu?.

e. *Strucured* adalah teknik wawancara ini terdiri dari: panel dan situational.

G. Jenis Wawancara Kerja

Dalam dunia kerja, dikenal beberapa tipe wawancara kerja sebagai berikut:

1. Wawancara Seleksi (*Screening Interview*)

Jika pelamar atau kandidat untuk menduduki jabatan berjumlah lebih dari satu orang maka dilakukan wawancara kerja untuk menyeleksi siapa diantara kandidat tersebut merupakan kandidat yang paling *qualified* sehingga bisa dilanjutkan ke tahap seleksi berikutnya. Wawancara seleksi biasanya berlangsung singkat antara 15 – 30 menit.

2. Wawancara Telepon (*Telephone Interview*)

Demi menghemat biaya dan efisiensi waktu, banyak recruiter yang melakukan wawancara kerja melalui telepon. Oleh sebab itu, pelamar harus siap dihubungi sewaktu-waktu, sebab seringkali recruiter tidak memberikan pilihan bagi pelamar untuk menentukan waktu kapan ia siap diwawancarai melalui telepon.

3. Wawancara di Kampus/Sekolah (*On-Campus Interview*)

Meskipun tidak banyak perusahaan yang melakukan wawancara kerja di kampus, namun untuk perusahaan-perusahaan tertentu yang mencari para lulusan untuk dilatih lebih lanjut, cara ini dinilai sangat efektif karena memberikan akses bagi perusahaan tersebut untuk mendapatkan kandidat terbaik yang mungkin sangat sulit diperoleh jika menunggu para kandidat tersebut datang melamar.

4. Wawancara di Pameran Kerja (*Job Fair Interview*)

Pameran kerja diadakan untuk menjembatani perusahaan dengan para pencari kerja. Pada pameran kerja biasanya, perusahaan memberikan berbagai informasi mengenai perusahaannya, menerima surat lamaran dan CV dari pengunjung (pencari kerja), bahkan tidak jarang para recruiter langsung melakukan wawancara di stand (booth) mereka. Di Indonesia memang pameran seperti ini masih sangat jarang dilaksanakan jika dibandingkan dengan pameran otomotif, rumah maupun furniture.

5. Wawancara di Lokasi Kerja (*On-Site Interview*)

Ketika seorang kandidat telah lolos dalam tahap wawancara seleksi, seringkali perusahaan mengundang kandidat tersebut untuk melihat secara langsung lokasi kerja. Pada kesempatan tersebut recruiter biasanya langsung melakukan wawancara secara mendalam. Bagi pelamar yang belum memiliki pengalaman kerja pada lokasi yang lingkungannya kurang

lebih sama, wawancara kerja di lokasi mungkin bisa terasa menakutkan karena mungkin harus melakukan perjalanan dan berada di wilayah yang tidak dikenal.

6. Wawancara Kelompok (*Panel or Group Interview*)

Wawancara kelompok adalah suatu jenis wawancara kerja dimana para pewawancara (recruiter) terdiri dari 2 (dua) orang atau lebih. Biasanya wawancara jenis ini dilakukan jika perusahaan memandang bahwa pelamar sudah hampir memenuhi syarat untuk diterima bekerja. Biasanya para penanya dalam wawancara inilah yang memiliki wewenang untuk memutuskan apakah pelamar akan diterima bekerja atau tidak.

7. Wawancara Kasus (*Case Interview*)

Wawancara kerja jenis ini menekankan pada kemampuan analisis dan pemecahan masalah terhadap suatu kasus tertentu. Biasanya dalam wawancara kasus, pelamar diminta untuk berperan sebagai pemegang jabatan yang ditawarkan, lalu diberikan sebuah kasus untuk dicarikan solusinya.

8. Wawancara Atasan Langsung

Atasan langsung (penyelia) pada akhirnya merupakan orang yang bertanggungjawab atas para karyawan baru yang diterima. Oleh karena itu, pendapat dan persetujuan mereka harus diperhatikan untuk keputusan penerimaan final. Penyelia sering mempunyai kemampuan untuk mengevaluasi kecakapan teknis pelamar dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pelamar tentang pekerjaan tertentu secara lebih tepat. Atas dasar ini banyak organisasi yang memberikan wewenang kepada penyelia untuk mengambil keputusan penerimaan final.

Komitmen para penyelia pada umumnya akan semakin besar bila mereka diajak berpartisipasi dalam proses seleksi. Partisipasi mereka paling baik diperoleh melalui *supervisory interview*. Dengan mengajukan serangkaian pertanyaan, penyelia menilai kecakapan teknis, potensi, kesediaan bekerjasama, dan seluruh kecocokan pelamar. Wawancara ini berguna sebagai suatu cara efektif untuk meminimumkan pertukaran karyawan, karena karyawan telah dapat memahami perusahaan dan pekerjaannya sebelum mereka mengambil keputusan untuk bekerja pada perusahaan.

Wawancara interview lamaran kerja :

- Pelamar : Selamat siang, pak.
- Interviewer : Selamat siang. Silakan duduk. Elvry julian, bukan ?

- Pelamar : Benar, Pak. Panggil saja saya Elpry.
- Interviewer : Berapa umurmu, Paul.
- Pelamar : Umur saya 20 tahun, Pak.
- Interviewer : Ceritakan tentang latar belakang pendidikan anda
- Pelamar : Saya bersekolah di SMA N 1 Ujung Batu, kemudian melanjutkan di Universitas Riau.
- Interviewer : Apa jurusan anda.
- Pelamar : Saya mengambil jurusan Manajemen.
- Interviewer : Mengapa anda memilih jurusan itu.
 - Pelamar : Menurut saya hidup ini butuh sebuah pengendalian dan perencanaan terhadap masa depan yang cerah yang ingin dicapai, hidup bukan hanya pasrah terhadap keadaan yang akan terjadi, tetapi bagaimana kita bisa menciptakan keadaan itu yang akan mempermudah kita dalam melakukan setiap aktivitas kita setiap hari nya. Maka dari itu saya ingin mengkaji lebih dalam tentang ilmu manajemen ini, terutama dalam bidang pekerjaan ini, butuh manajemen yang baik untuk hasil yang memuaskan.
- Interviewer : Kedengarannya menarik. Dan bagaimana pendidikan anda telah menyiapkan karier anda, terutama untuk pekerjaan yang anda lamar ?
- Pelamar : Saya tidak hanya mempelajari manajemen secara teori saja dalam perkuliahan saya sehari – hari, tetapi saya juga aktif dalam organisasi intra kampus maupun diluar kampus, yang dalam kegiatannya selalu mengajarkan saya dalam kegiatan manajemen baik diri sendiri, maupun untuk organisasi itu sendiri, jadi saya telah mempersiapkan bekal yang matang untuk pekerjaan ini.
- Interviewer : Ok, baik. Menurut anda apakah uang adalah hal yang penting dalam hidup anda.
- Pelamar : Ya, tetapi itu bukan hal yang terpenting dalam hidup.
- Interviewer : Berapa banyak uang yang anda butuhkan untuk membuat anda bahagia.

- Pelamar : Saya tidak tergantung pada uang untuk membuat saya bahagia. Yang membuat saya bahagia adalah memiliki pekerjaan yang memuaskan dan menantang. Hal ini biasanya akan diikuti dengan gaji yang sesuai.
- Interviewer : Jadi berapa gaji yang anda minta?
- Pelamar :? Jadi saya diterima Pak?
- Interviewer : Iya, berapa gaji yang anda minta?
- Pelamar : Terimakasih pak. Untuk urusan gaji menyesuaikan pak sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan tentang karyawan baru.
- Interviewer : Baik. Anda bisa mulai kerja mulai minggu depan.
- Pelamar : Terimakasih Pak.

Sumber: <http://pengabdianqu.blogspot.co.id/2013/05/contoh-teks-dialog-wawancara.html> (tersedia 19/3/2018)

Contoh-23 : [Dialog Percakapan Bahasa Inggris Antara Boss dan Pegawai](#)

Conversation

Employee : Good morning Boss. Excuse me, may I come in?

Boss : Yes, please come in and have a sit.

Employee : Thank you boss. I want to ask about the training that I will join boss. When and where does it held boss?

Boss : Okay, I will tell you about that. Actually you have to wait the announcement, because if I inform you about that before the announcement, I will be punished by the company. May be I will tell you about the information that I get.

Employee : Sure, no problem sir, because I want to prepare all of the things before I join to the training.

Boss : Okay, I heard that the training place is in Bali, Surabaya, Bandung, or Yogyakarta. The employee who joins the training will be placed between those places.

Employee : How long that I will join the training boss, and how about my job here?

Boss : The training will be held for a month. About your job, you still must work at the training place for two days. Because in a week only have three days for training.

Employee: Okay thank you sir for the complete information. I hope I will be more professional employee in this company. Good morning boss.

Boss : You are welcome and good morning.

Sumber: <http://www.caramudahbelajarbahasainggris.net/2015/03/dialog-percakapan-bahasa-inggris-antara-boss-dan-pegawai.html> (tersedia 19/3/2018)

H. Ringkasan

Kepegawaian adalah segala hal mengenai kedudukan, kewajiban, hak dan pembinaan pegawai. Pegawai merupakan tenaga kerja meusia, jasmaniah meupun rohaniah (mental dan fikiran), yang senantiasa dibutuhkan dan menjadi modal pokok dalam badan usaha kerja sama mencapai tujuan tertentu (organisasi).

Wawancara seleksi adalah percakapan formal dan mendalam yang dilakukan untuk mengevaluasi hal dapat diterimanya atau tidak (*acceptability*) seorang pelamar. Pewawancara (*interviewer*) mencari jawab dua pertanyaan umum. Dapatkah pelamar melaksanakan pekerjaan, dan bagaimana kemampuan pelamar dibandingkan dengan pelamar lain.

I. Pertanyaan:

1. Jelaskan pengertian wawancara?
2. Jelaskan apa yang dimaksud dengan sistem administrasi kepegawaian?
3. Jelaskan fungsi teknis administrasi kepegawaian?
4. Jelaskan tujuan wawancara kerja?
5. Sebutkan tipe-tipe wawancara kerja?
6. Jelaskan jenis wawancara kerja?

BAB XII MELAKUKAN PRESENTASI DAN RILIS BERITA

A. Pendahuluan

Era globalisasi ditandai dengan tuntutan peningkatan kualitas kompetensi sumber daya dari berbagai dimensi, berbagai bidang, sektor dan lintas sektor, termasuk komunikasi bisnis. Manusia dituntut berusaha: tahu banyak (*knowing much*), berbuat banyak (*doing much*), mencapai keunggulan (*being excellence*), menjalin hubungan dan kerjasama dengan orang lain (*being sociable*), serta berusaha memegang nilai-nilai moral (*being morally*).

Untuk memperluas jaringan bisnis, usaha yang dapat dilakukan yaitu melakukan presentasi dan rilis berita. Presentasi (*presentation*) adalah menyampaikan penayangan suatu

kegiatan sebagai hasil kepada pihak internal dan eksternal perusahaan, dengan tujuan memberikan informasi, persuasif dan instruksi. Presentasi bertujuan untuk mengkomunikasikan hasil usaha bisnis. Demikian pula rilis berita (*news release*) merupakan sarana informasi yang perlu diciptakan sebuah perusahaan bisnis untuk menyampaikan sesuatu yang dihasilkan kepada *audiens*. Rilis berita merupakan informasi yang didesain sedemikian rupa untuk mencapai *audiens* yang lebih luas melalui media publik. Rilis berita berisi informasi berita singkat yang merupakan sebagian kecil dari keseluruhan berita yang dimuat dalam suatu surat kabar.

Dalam perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dapat menjelaskan mengenai:

1. Tujuan Presentasi
2. Perencanaan Presentasi
3. Format Presentasi
4. Penggunaan *Visual Aid*
5. Rilis Berita
6. Perencanaan dan Penyusunan Rilis Berita
7. Syarat-syarat Rilis Berita Yang Baik

B. Tujuan Presentasi

1. Memberikan Informasi

Salah satu tujuan komunikasi bisnis adalah memberikan informasi, sehingga terjadi umpan balik (*feed back*) setelah informasi sampai kepada yang dituju sesuai harapan pembicara, seperti terjadi perubahan sikap, pendapat, dan partisipasi. Komunikasi yang dilakukan baik secara lisan, tertulis, dan elektronik. Media komunikasi dapat berupa pe-

san gambar, isyarat bunyi dan pesan tertulis, sehingga terjadi interaksi baik tanggapan, komentar, dan pertanyaan.

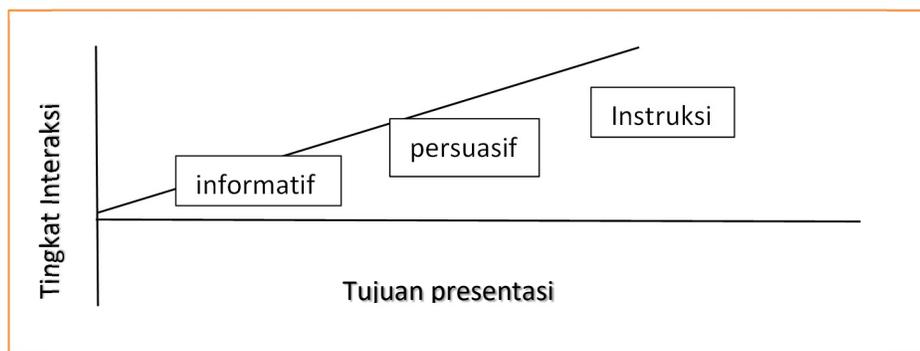
2. Mempengaruhi (*Persuasif*)

Pembicara dengan sengaja menyampaikan pesan-pesan terbaik sehingga mempengaruhi atau membujuk *audiens* untuk besikap, pendapat, prilaku, dan mau berpartisipasi dalam keinginan pembicara.

3. Memberi Instruksi

Pemberian instruksi atau perintah hanya dilakukan oleh mereka yang memiliki wewenang, seperti dari direktur utama kepada manajer bidang, kepala bidang memberikan instruksi kepada kepala seksi (kasi).

Gambar-14 Hubungan Tingkat Interaksi dalam Tujuan Presentasi



C. Perencanaan Presentasi

Perencanaan presentasi dimulai dengan menentukan ide pokok/utama, menyusun garis besar (*outline*) yang akan dipresentasikan, menentukan panjang presentasi, dan menentukan gaya/pendekatan.

D. Format Presentasi

1. Pembukaan

Bagian pembukaan presentasi berisi atau bertujuan mendapatkan perhatian audiens, membangun kepercayaan diri, dan mempersiapkan audiens. Untuk itu perlu disusun menarik perhatian, intensitas yang terukur, gerakan penyajian, suasana keakraban, baru, suasana humor, tegang, membangun kredibilitas dan peninjauan *audiens*.

2. Isi

Bagian isi atau batang tubuh presentasi merupakan bagian terpenting merupakan latar belakang, pokok pikiran, alasan-alasan, dan kesimpulan. Oleh karena itu penyaji agar menyusun bahan presentasi dengan struktur yang jelas, urutan dan pembahasan yang mudah dipahami.

3. Penutup

Bagian penutup presentasi merupakan simpulan ide pokok yang disampaikan. Penutup dapat berupa ringkasan mengulang pokok pikiran, menggarisbawahi tahap selanjutnya, dan menutup pesan positif (Bovee & Thill, dalam Dewi, 2007:218).

E. Penggunaan *Visual Aid*

Dalam presentasi formal, pembicara memerlukan visual aid (tayangan). Manfaat penggunaan visual aid yaitu: (1) menyederhanakan materi yang kompleks agar mudah dipahami audiens dengan membuat gambar atau skema, (2) membantu pembicara dan au-

diens untuk mengingat informasi penting dari presentasi. Kelancaran pembicara dalam menyampaikan materi perlu didukung oleh *audiens* yang mengingat informasi yang disampaikan dalam presentasi, (3) menciptakan daya tarik presentasi, sehingga *audiens* tidak merasa bosan dan monoton. Melalui presentasi maka perhatian audiens berpindah dari setiap pembicaraan penyaji.

Untuk itu dalam penyusunan *visual aid*, presentasi dapat dibentuk menjadi: tulisan (*text visual aid*) dan bentuk grafik (*graphic visual aid*) seperti bentuk garis, diagram lingkaran, diagram batang, diagram organisasi, dan diagram peta yang disesuaikan dengan kebutuhan.

Media presentasi visual aid yang dipilih seperti *handout* yang menggunakan komputer dan papan tulis (*whiteboard*).

F. Rilis Berita

Rilis berita merupakan informasi yang didesain sedemikian rupa untuk mencapai *audiens* yang lebih luas melalui publik (surat kabar) Quible, et, all (dalam Dewi, 2007:164). Rilis berita berisi informasi atau berita singkat yang merupakan sebagian kecil dari keseluruhan berita yang dimuat dalam suatu surat kabar. Sebagai bagian dari informasi yang dipublikasikan kepada khalayak, rilis berita harus mengandung informasi yang layak untuk disiarkan secara luas dan memiliki potensi untuk menarik perhatian publik. Jika memungkinkan, rilis berita dapat dilengkapi dengan gambar atau foto agar lebih menarik.

G. Perencanaan dan Penyusunan Rilis Berita

Dalam merencanakan dan menyusun rilis berita, langkah-langkah berikut bisa di jadikan pedoman agar tujuan komunikasi melalui media publik dapat tercapai: (1) menentukan

subjek yang akan dirilis, (2) menentukan dan menganalisis *audiens* yang akan dituju, (3) memastikan bahwa berita mengandung informasi yang layak disebarkan kepada publik melalui media massa, (4) memperkirakan reaksi *audiens* (kemungkinan terjadi pro dan kontra), (5) menyusun rilis berita menggunakan pendekatan langsung. Walaupun reaksi *audiens* diperkirakan negatif, rilis berita biasanya disusun dengan pendekatan langsung untuk menarik perhatian pembaca.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan rilis berita adalah: (1) sedapat mungkin menggunakan kalimat dan paragraf pendek dan hindari penggunaan kalimat majemuk, (2) pastikan kebenaran nama orang, nama tempat, nama organisasi, jabatan, tanggal, dan jumlah, (3) jika harus menyebutkan nama atau menyertakan foto seseorang atau organisasi mintalah izin terlebih dahulu kepada yang bersangkutan, (4) cetak di atas kertas bersih dengan *layout* (margin, jenis huruf, ukuran huruf, dan spasi) yang sesuai dengan standar media, (5) menyimpan arsip dalam bentuk *hardcopy* atau *softcopy*, (6) melakukan *review* untuk memastikan bahwa pertanyaan jurnalistik yang meliputi 5W+1H sudah terjawab.

Setelah penyusunan dilakukan, langkah berikutnya yang perlu diperhatikan adalah: (1) memilih media publikasi yang tepat agar dapat mencapai audiens yang diinginkan, (2) menentukan waktu publikasi yang tepat, dan (3) mempersiapkan berbagai kemungkinan untuk mengatasi reaksi *audiens*.

Rilis berita dapat juga disusun menggunakan format wawancara. Apabila format tersebut dipergunakan, terlebih dahulu harus dipastikan bahwa pewawancara dan responden memiliki pengetahuan yang memadai mengenai subjek yang akan dipublikasikan.

H. Syarat-syarat Rilis Berita Yang Baik

Editor bisnis biasanya merilis berita yang memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut, (Quible, *et. All 1996: 377*):

1. *Timelines*

Apakah peristiwa tersebut terjadi sekarang?

Peristiwa terkini (*uptodate*) akan lebih menarik perhatian publik.

2. *Proximity*

Apakah peristiwa tersebut masih terjadi dalam jangkauan pembaca?

Surat kabar biasanya memiliki target (segmen) pembaca tertentu. Berita yang disajikan tentu saja harus sesuai dengan target pembacanya, baik menyangkut lokasi, wawasan, umur, kegiatan, dan lain sebagainya.

3. *Importance*

Apakah peristiwa tersebut penting bagi pembaca?

Pembaca akan menyukai berita-berita yang memang sesuai dengan kepentingannya.

4. *Policy*

Apakah peristiwa tersebut sesuai dengan kebijakan editor?

Berita-berita yang disajikan dalam suatu surat kabar selalu diseleksi kesesuaiannya dengan misi, visi, dan tujuan surat kabar tersebut atau dengan topik utama yang telah ditetapkan dalam setiap edisi.

Gambar-14 Power Point untuk Presentasi Bisnis

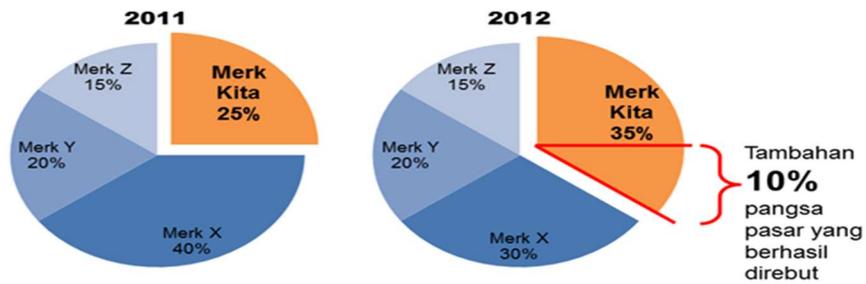
Menunjukkan Perubahan Data Secara Visual



Berikut adalah contoh presentasi bisnis yang mencoba menjelaskan perubahan pangsa pasar



Merk Kita Menguasai Pasar Dengan Merebut 10% dari Kompetitor X



Sumber: Noer Muhammad. 2013. *Contoh Presentasi Bisnis Untuk Menjelaskan Perubahan Data Secara Visual*. <https://www.presentasi.net/contoh-presentasi-bisnis-ppt>.

Contoh-24 Press Release

PT SMAKO

PRESS RELEASE

BAHAN AMAN DIKONDISI HUJAN

PT. Smako telah memproduksi bahan kain terbaru, Bōsui nuno sejak tahun 2000 lalu. Bōsui nuno merupakan bahan tekstil yang jika terkena air tidak akan menyerap bahan ini dapat diolah menjadi tas ataupun jaket. Pada tahun 2011 mereka juga akan memproduksi tas yang dinamakan Bōsui baggu dan juga jaket yang dinamakan Bōsui jaketto.

Ryu Shimada, salah satu Marketing Director PT. Smako dalam Press Conference menyatakan, “Kami memang termasuk perusahaan baru didalam perindustrian tekstil ini, tetapi bukan berarti kami tidak bisa bertahan disini. Dengan Bōsui jaketto dan Bōsui baggu ini kami akan membuktikannya bahwa produk kami ini tidak hanya sekedar tahan air, kami akan membuat konsumen terlihat trendi dan merasa nyaman dengan produk ini.”

Awal penjualan Bōsui nuno mungkin terbiang rendah karena mereka hanya menjual bahannya saja. Tetapi sejak mereka mengeluarkan Bōsui jaketto dan Bōsui baggu penjual mereka meningkat tajam bahkan dapat mengalahkan perusahaan tas dan jaket tingkat internasional.

ENDS

Jakarta, 12 Desember 2012

Novrezadwi Harlan, Press Officer

PT. Smako

081219214595

Untuk informasi lebih lanjut mengenai produk kami, silahkan hubungi :

Bengkas Adi Pradana Telp: (021)80880483

PT. Smako Yokohama, Jepang.

Sumber: <http://tribiznetwork.com/m/blogpost?id=6620194%3ABlogPost%3A4661>
(tersedia 19/3/2018)

I. Ringkasan

Presentasi (*presentation*) adalah menyampaikan penayangan suatu kegiatan sebagai hasil kepada pihak internal dan eksternal perusahaan, dengan tujuan memberikan informasi, persuasif dan instruksi. Presentasi bertujuan untuk mengkomunikasikan hasil usaha bisnis. Demikian pula rilis berita (*news release*) merupakan sarana informasi yang perlu diciptakan sebuah perusahaan bisnis untuk menyampaikan sesuatu yang dihasilkan kepada *audiens*. Rilis berita merupakan informasi yang didesain sedemikian rupa untuk mencapai *audiens* yang lebih luas melalui media publik. Rilis berita berisi informasi berita singkat yang merupakan sebagian kecil dari keseluruhan berita yang dimuat dalam suatu surat kabar.

J. Pertanyaan:

1. Jelaskan tujuan presentasi?
2. Apa yang dimaksud dengan perencanaan presentasi?
3. Bagaimana pembuatan format presentasi?
4. Apa tujuan penggunaan *visual aid*?
5. Jelaskan rilis berita?
6. Jelaskan perencanaan dan penyusunan rilis berita?
7. Apa saja syarat-syarat rilis berita yang baik?
8. Buat contoh bahan presentasi mengenai data penjualan per bulan dalam setahun beserta penjelasan ringkasnya.