

KOMUNIKASI BISNIS

Editor : Harini Fajar Ningrum, M.M.



Yuan Badrianto, S.Psi., M.M., M.Pd.
Voettie Wisataone, M.A.
Bambang Agus Hidayat, S.T., M.M.
Sri Ayu Rayhaniah, M.Sos
Dr. Miftachul Amri, M.Pd., M.Ed.
Riana Isti Muslikhah, M.Pd.
Rosmawati, S.Pi., M.Si.
Wulan Budi Astuti, S.E., M.Si.
Kadek Kiki Astria S.I.Kom., M.A.
Ulfah Hidayati, M.I.Kom
Endah Andriani Pratiwi, M. Psi, Psikolog
Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M.
Dwi Pela Agustina, S.I.Kom, M.A.
Sarty Sarbiyah, S.P. M.Si
Ratih Pratiwi, S.Pd., M.Si., M.M.

BOOK CHAPTER

KOMUNIKASI BISNIS

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KOMUNIKASI BISNIS

Yuan Badrianto, S.Psi., M.M., M.Pd.

Voettie Wisataone, M.A.

Bambang Agus Hidayat, S.T., M.M.

Sri Ayu Rayhaniah, M.Sos

Dr. Miftachul Amri, M.Pd., M.Ed.

Riana Isti Muslikhah, M.Pd.

Rosmawati, S.Pi., M.Si.

Wulan Budi Astuti, S.E., M.Si.

Kadek Kiki Astria S.I.Kom., M.A.

Ulfah Hidayati, M.I.Kom

Endah Andriani Pratiwi, M. Psi, Psikolog

Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M.

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom, M.A.

Sarty Sarbiyah, S.P. M.Si

Ratih Pratiwi, S.Pd., M.Si., M.M.

Editor:

Harini Fajar Ningrum, M.M.

Penerbit



CV. MEDIA SAINS INDONESIA
Melong Asih Regency B40 - Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
www.penerbit.medsan.co.id

Anggota IKAPI
No. 370/JBA/2020

KOMUNIKASI BISNIS

Yuan Badrianto, S.Psi., M.M., M.Pd.
Voettie Wisataone, M.A.
Bambang Agus Hidayat, S.T., M.M.
Sri Ayu Rayhaniah, M.Sos
Dr. Miftachul Amri, M.Pd., M.Ed.
Riana Isti Muslikhah, M.Pd.
Rosmawati, S.Pi., M.Si.
Wulan Budi Astuti, S.E., M.Si.
Kadek Kiki Astria S.I.Kom., M.A.
Ulfah Hidayati, M.I.Kom
Endah Andriani Pratiwi, M. Psi, Psikolog
Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M.
Dwi Pela Agustina, S.I.Kom, M.A.
Sarty Sarbiyah, S.P. M.Si
Ratih Pratiwi, S.Pd., M.Si., M.M.

Editor :

Harini Fajar Ningrum, M.M.

Tata Letak :

Mega Restiana Zendrato

Desain Cover :

Rintho R. Rerung

Ukuran :

A5 Unesco: 15,5 x 23 cm

Halaman :

vi, 250

ISBN :

978-623-362-315-5

Terbit Pada :

Januari 2022

Hak Cipta 2022 @ Media Sains Indonesia dan Penulis
Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.

PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA

(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)

Melong Asih Regency B40 - Cijerah

Kota Bandung - Jawa Barat

www.penerbit.medsan.co.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME, karena atas limpahan ramah dan karunia-Nya, sehingga buku ini selesai disusun dan berhasil diterbitkan. Kehadiran Buku Komunikasi Bisnis ini disusun oleh para akademisi dan praktisi dalam bentuk buku kolaborasi. Walaupun masih jauh dari kesempurnaan, tetapi kami mengharapkan buku ini dapat menjadi referensi atau bahan bacaan dalam menambah khasanah keilmuan khususnya mengenai ilmu komunikasi dalam bisnis.

Sistematika penulisan buku ini diuraikan dalam lima belas bab yang memuat tentang Mengenal Komunikasi Bisnis, Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi dalam Organisasi, Komunikasi Bisnis Lintas Budaya, Perencanaan Komunikasi Bisnis, Surat Bisnis, Rapat Bisnis, Laporan Bisnis, Negosiasi Bisnis, Pesan dalam Komunikasi Bisnis, Wawancara Kerja, Teknologi Digital dalam Komunikasi Bisnis, Etika dalam Komunikasi Bisnis, Manajemen Komunikasi Bisnis, serta bab terakhir yaitu mengenai Evaluasi Komunikasi Bisnis.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi dalam seluruh rangkaian penyusunan sampai penerbitan buku ini. Secara khusus, terima kasih kepada Media Sains Indonesia sebagai inisiator book chapter ini. Buku ini tentunya masih banyak kekurangan dan keterbatasan, saran dari pembaca sekalian sangat berarti demi perbaikan karya selanjutnya. Akhir kata, semoga buku ini bermanfaat bagi para pembaca.

Januari, 2022

Editor.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
1 MENGENAL KOMUNIKASI BISNIS	1
Gambaran Umum Komunikasi Bisnis.....	2
Karakteristik dan Perkembangan Komunikasi Bisnis.....	3
Pentingnya Komunikasi Bisnis.....	5
Ruang Lingkup dan Komponen Komunikasi Bisnis.....	6
Bentuk Komunikasi Bisnis	8
Komunikasi Bisnis Pada Era Digital.....	9
2 KOMUNIKASI ANTARPRIBADI.....	13
Definisi Komunikasi Antarpribadi	13
Tujuan Komunikasi Antarpribadi dalam Komunikasi Bisnis.....	14
Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi dalam Konteks Komunikasi Bisnis	16
Komunikasi Antarpribadi dalam Gaya Kepemimpinan.....	19
Mendengarkan Sebagai Keahlian Komunikasi Antarpribadi	23
3 KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI.....	29
Pengertian Komunikasi.....	29
Komunikasi Dalam Organisasi.....	30
Komunikasi Verbal dan Non Verbal	32
Komunikasi Digital (<i>Digital Communication</i>)	39

	Beragam Jenis Komunikasi Sistem Informasi di <i>Level</i> Organisasi.....	42
4	KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA.....	47
	Pendahuluan	47
	Definisi Budaya	48
	Pengertian Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	49
	Pentingnya Komunikasi Bisnis Lintas Budaya	50
	Hambatan-Hambatan Komunikasi Bisnis Lintas Budaya	51
	Cara Menghadapi Hambatan-Hambatan Komunikasi Bisnis Lintas Budaya	52
	Menghadapi Reaksi Etnosentris	53
	Kompetensi Komunikasi Lintas Budaya	54
	Penutup.....	55
5	PERENCANAAN KOMUNIKASI BISNIS : MEMPERDALAM KOMUNIKASI BISNIS JEPANG MELALUI BAHASA DAN BUDAYA PERUSAHAAN ..	59
	Pendahuluan	59
	Beberapa Istilah Familiar dalam Dunia Usaha di Jepang.....	61
	Ikatan Kekeluargaan di Jepang.....	66
	Budaya Komunikasi dalam Bisnis Perusahaan Jepang	68
	Manajemen di Jepang	73
	Jumlah Tenaga Kerja Asing di Jepang	75
6	SURAT BISNIS	81
	Pengertian Surat Bisnis	81
	Fungsi Surat.....	83
	Syarat Surat Bisnis yang Baik	84

	Model Bahasa 7C dalam Surat Bisnis	85
	Bagian-Bagian Surat Bisnis	86
	Bentuk-Bentuk Surat	91
	Macam-Macam Surat Bisnis	93
	Contoh Penulisan Surat Bisnis	96
7	RAPAT BISNIS	101
	Pengertian Rapat Bisnis	101
	Perbedaan Rapat Bisnis dengan Rapat Nonbisnis	102
	Evaluasi Rapat Bisnis	109
8	LAPORAN BISNIS	119
	Pelaporan Bisnis dalam Perusahaan	119
	Jenis Laporan Bisnis	120
	Pengguna Laporan Bisnis	123
	Penulisan Laporan Bisnis	124
9	NEGOSIASI BISNIS	135
	Negosiasi dalam Bisnis	135
	Pendekatan Negosiasi dalam Bisnis	137
	Teknik Negosiasi Bisnis	139
	Langkah-Langkah dalam Praktik Negosiasi.....	142
	Persepsi dan Distorsi dalam Negosiasi	143
	Etika Negosiasi	144
10	PESAN DALAM KOMUNIKASI BISNIS	149
	Karakteristik Pesan Bisnis	151
	Penyusunan Pesan Bisnis	154
	Penentuan Tujuan	155
	Analisis Audiens	155

	Cara Memuaskan Audiens akan Kebutuhan Informasi.....	156
	Seleksi Media atau Saluran	156
	Pengorganisasian Pesan.....	157
	Revisi Pesan-Pesan Bisnis.....	159
	Pemilihan Kata yang Tepat	161
11	WAWANCARA KERJA	165
	Latar Belakang Wawancara Kerja	165
	Wawancara	166
	Tujuan Wawancara Kerja.....	167
	Jenis Wawancara Kerja.....	170
	Struktur Wawancara.....	173
	Panduan Wawancara Kerja.....	174
	Tekhnik Wawancara	176
12	TEKNOLOGI DIGITAL DALAM KOMUNIKASI BISNIS	181
	Teknologi Digital dalam Bisnis	181
	Teknologi Digital dalam Komunikasi Bisnis	184
	Perangkat Teknologi Digital dalam Komunikasi Bisnis.....	187
	Metode Peningkatan Komunikasi Bisnis dengan Teknologi Digital.....	187
13	ETIKA DALAM KOMUNIKASI BISNIS	195
	Komunikasi dan Bisnis	195
	Etika Komunikasi dalam Komunikasi Bisnis	199
	Etika Bisnis di Era Keterbukaan Informasi Global	206

14	MANAJEMEN KOMUNIKASI BISNIS.....	215
	Pendahuluan	215
	Pengertian dan Ruang Lingkup Manajemen dan Komunikasi Bisnis	217
	Fungsi dan Tujuan Manajemen Komunikasi Bisnis	223
	Peran dan Tantangan Manajemen Komunikasi Bisnis	225
15	EVALUASI KOMUNIKASI BISNIS	231
	Komunikasi	231
	Komunikasi Efektif	232
	Hambatan dalam Komunikasi yang Efektif	234
	Komunikasi Bisnis	236
	Signifikansi Komunikasi Efektif dalam Bisnis	237
	Evaluasi Komunikasi Bisnis	238
	Tujuan dan Alasan Penyelenggaraan Evaluasi	241
	Waktu Penyelenggaraan Evaluasi Komunikasi Bisnis	242
	Hambatan Melakukan Evaluasi Komunikasi Bisnis	242
	Dampak Komunikasi Bisnis	243
	Rencana Kerja Pelaksanaan Evaluasi Komunikasi Bisnis	244
	Pendekatan Evaluasi Komunikasi Bisnis	245
	Model Evaluasi Komunikasi Bisnis	246

LAPORAN BISNIS

Wulan Budi Astuti, S.E., M.Si.

Universitas Wahid Hasyim

Pelaporan Bisnis dalam Perusahaan

Dalam bisnis, pengambilan keputusan memiliki peranan yang sangat penting karena keputusan yang diambil menentukan strategi bisnis guna menjamin keberlangsungan bisnis kedepannya. Pengambilan keputusan yang tidak tepat dapat merugikan bisnis, baik dari segi citra bahkan dari segi keuangan. Guna menunjang keberhasilan proses pengambilan keputusan maka dibutuhkan informasi yang relevan yang umumnya diperoleh dari laporan bisnis.

Laporan bisnis merupakan pesan-pesan yang objektif yang disusun secara sistematis dan digunakan sebagai sarana penyampaian informasi dari suatu bagian organisasi atau dari suatu institusi atau lembaga ke lembaga yang lain guna membantu dalam proses pengambilan keputusan atau pemecahan masalah (Himstreet, 1990). Untuk menunjang proses pengambilan keputusan yang efektif, Efisien dan relevan dibutuhkan berbagai jenis laporan yang disajikan secara netral, tidak memihak, objektif, sistematis, faktual dan jelas tujuannya. Kualitas laporan yang disajikan akan menjadi bahan pertimbangan dalam peningkatan karir penyusun, sehingga penting bagi penyusun untuk memahami bagaimana seharusnya laporan bisnis disusun.

Menurut Purwanto (2006) laporan bisnis digunakan untuk memenuhi berbagai keperluan antara lain:

1. Untuk mengawasi dan mengendalikan operasional perusahaan
2. Untuk mengimplementasikan kebijakan dan prosedur
3. Untuk memenuhi persyaratan hukum dan peraturan yang berlaku bagi perusahaan
4. Untuk mendokumentasikan prestasi kerja, baik internal maupun eksternal
5. Untuk mendukung proses pengambilan keputusan
6. Untuk mendapatkan sumber pembiayaan atau membuka bisnis baru

Jenis Laporan Bisnis

1. Berdasarkan Fungsinya

Dilihat dari fungsinya, laporan bisnis dibedakan berdasarkan apakah laporan bisnis ditujukan untuk memberikan informasi bisnis (informational report) atau untuk menyajikan hasil analisis bisnis (analytical report). Suatu laporan bisnis dikatakan berfungsi sebagai pemberi informasi jika laporan tersebut menyajikan fakta dan rangkuman, kesimpulan serta rekomendasi tanpa adanya analisis. Umumnya laporan bisnis ini berupa laporan perkembangan (progress reports), laporan sementara (interim reports) dan laporan triwulan (quarter reports). Disisi lain suatu laporan dikatakan sebagai pemberi informasi analitis jika laporan tersebut menyajikan fakta-fakta, hasil analisis dan interpretasinya, simpulan serta rekomendasi yang diberikan. Umumnya laporan bisnis ini diberikan label khusus dalam penamaan sesuai dengan tujuannya seperti laporan rekomendasi (recommendations reports), laporan justifikasi (justifications reports) dan lain sebagainya.

2. Berdasarkan Subjeknya

Dilihat dari subjeknya, laporan bisnis dapat dibedakan berdasarkan departemen tempat laporan tersebut disajikan. Sebagai contoh departemen akuntansi menyajikan laporan akuntansi, departemen pemasaran menyajikan laporan pemasaran, Departemen personalia menyajikan laporan personalia, dan lain sebagainya.

3. Berdasarkan Sifatnya

Dilihat dari sifatnya, Laporan bisnis dapat dibedakan berdasarkan formal atau tidaknya laporan bisnis tersebut (nonformal). Laporan formal disajikan cenderung lebih panjang, umumnya lebih dari 10 halaman, mencakup pembahasan masalah yang lebih kompleks, dan sering disebut sebagai laporan panjang (*long reports*). Sebaliknya laporan non formal disajikan relatif lebih singkat umumnya memuat badan teks dan sering disebut laporan singkat (*short reports*).

4. Berdasarkan Keasliannya

Dilihat dari keasliannya, laporan bisnis dapat dibedakan berdasarkan pada apakah laporan disajikan secara mandatory atau sukarela dan apakah laporan disajikan oleh perusahaan publik atau perusahaan swasta. Laporan mandatory (*authorized reports*) merupakan laporan yang disediakan berdasarkan pada permintaan atau ketentuan dari orang lain atau komite, sedangkan laporan sukarela (*voluntary reports*) merupakan laporan yang dibuat berdasarkan inisiatif perusahaan. Laporan yang disediakan oleh perusahaan publik seperti lembaga pemerintahan, sekolah, rumah sakit atau lembaga lain yang dibiayai pemerintah, umumnya bersifat non-profit oriented, disebut sebagai laporan publik (*public reports*) Sedangkan laporan yang disediakan oleh perusahaan swasta disebut sebagai laporan swasta (*private reports*).

5. Berdasarkan Frekuensinya

Dilihat dari frekuensinya, laporan bisnis dibedakan berdasarkan apakah laporan tersebut dibuat secara berkala ataukah secara khusus. Laporan berkala (*periodic reports*) biasa diterbitkan berdasarkan periode tertentu seperti harian, mingguan, bulanan, bahkan tahunan. Disisi lain laporan khusus disajikan sesuai dengan kebutuhan dari pihak yang menginginkan informasi tersebut, umumnya mencakup informasi atas situasi dan kondisi tertentu atau khusus.

6. Berdasarkan Jenisnya

Dilihat dari jenis atau tampilannya, laporan bisnis dibedakan menjadi 4 jenis laporan, yaitu:

- a. Laporan memorandum (*memorandum reports*), umumnya menggunakan format memo terdiri dari Penerima, pengirim, subjek dan tanggal;
- b. Laporan Surat (*Letter reports*), umumnya menggunakan format surat dengan penggunaan kepala surat terdiri dari alamat, salam pembuka, penutup, tanda tangan dan bagian referensi;
- c. Laporan dalam bentuk cetakan, umumnya memuat judul yang sudah tercetak, instruksi dan baris-baris kosong;
- d. Laporan formal (*Formal Reports*), umumnya terdiri *Body text* (Isi Laporan), *prefatory parts* (Bagian depan laporan) dan *Supplemental parts* (pelengkap).

7. Menurut Kegiatan Proyek

Dalam hal pelaksanaan proyek, umumnya terdapat 3 jenis laporan yang dapat dibuat yaitu:

- a. Laporan pendahuluan (*preliminary reports*), mencakup persiapan proyek, hasil yang diharapkan dan cara penyiapan pegawai;
- b. Laporan perkembangan (*progress reports*), berisi tentang perkembangan proyek secara berkala;

- c. Laporan akhir (*final reports*), dibuat ketika proyek telah selesai dikerjakan.

8. Menurut Pelaksanaan Pertemuan

Dilihat dari diadakannya suatu agenda atau pertemuan, laporan bisnis dibedakan menjadi:

- a. Agenda (*Agenda*), dibuat sebelum pertemuan dilaksanakan dan umumnya mencakup jadwal dan tema pertemuan;
- b. Resolusi (*Resolution*), laporan singkat berisi tentang pengumuman hasil konsensus suatu pertemuan;
- c. Notulen (*Minutes*), laporan resmi yang dibuat selama pertemuan berlangsung;
- d. Laporan pertemuan (*Proceedings*), cakupan bahasan cenderung lebih luas dan berisi hasil pertemuan.

Pengguna Laporan Bisnis

Laporan bisnis dibuat guna memenuhi kebutuhan dari pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Terdapat dua macam pengguna laporan bisnis yaitu pengguna internal dan pengguna eksternal. Pengguna internal merupakan pengguna yang berasal dari dalam perusahaan. Mereka menggunakan laporan sebagai bahan pengambilan keputusan. Melalui laporan tersebut pengguna internal dapat menilai bagaimana manajemen melakukan tanggung jawabnya dalam hal pengelolaan sumber daya perusahaan. Berdasar pada hal tersebut, selanjutnya pihak internal dapat mengambil keputusan terkait kapan harus meminjam atau menginvestasikan sumber daya perusahaan serta keputusan terkait apakah perlu melakukan ekspansi atau perampingan. Pihak yang menjadi bagian dari pengguna internal adalah pemilik, manajemen perusahaan dan karyawan.

Pengguna eksternal adalah mereka yang berasal dari luar perusahaan. Informasi yang dibutuhkan oleh pengguna eksternal akan berbeda antara satu pihak dengan pihak lainnya. Adapun yang menjadi bagian dari pengguna

eksternal antara lain adalah Investor, analis investasi, kreditur, pelanggan, kompetitor, pemasok, pemerintah, serikat pekerja dan masyarakat umum.

Penulisan Laporan Bisnis

1. Tahap Persiapan

Dalam membuat laporan bisnis perlu dilakukan suatu persiapan agar dalam proses pembuatan laporan tersebut lebih terarah. Adapun hal-hal yang perlu dipersiapkan diantaranya adalah:

a. Mendefinisikan masalah, tujuan dan ruang lingkup

Hal pertama yang perlu dilakukan dalam pembuatan laporan bisnis adalah menentukan pokok permasalahan yang akan dibahas dalam laporan dan melakukan analisis terhadap permasalahan tersebut. Dalam menganalisis permasalahan, penyusun laporan dapat berpedoman pada prinsip 5W + 1H (what, who, why, when, where dan how). Setelah permasalahan yang ditentukan dianalisis, selanjutnya penyusun laporan dapat menentukan tujuan, ruang lingkup dan juga judul.

b. Mengidentifikasi penerima atau pengguna laporan

Mengidentifikasi pengguna laporan serta kebutuhannya merupakan salah satu hal penting yang perlu untuk dilakukan. Hal ini dilakukan agar laporan bisnis yang disusun tepat sasaran dan dapat dipahami oleh pengananya.

c. Menentukan ide atau gagasan

Dalam proses penentuan ide, pembuat laporan dapat menuliskan semua ide yang terlintas sesuai dengan tujuan penyusunan laporan. Pengembangan hipotesis juga diperlukan untuk menentukan informasi apa yang dibutuhkan.

d. Mengumpulkan bahan yang diperlukan

Dalam pembuatan laporan bisnis diperlukan data-data sebagai informasi penunjang laporan berupa fakta-fakta yang berasal dari sumber terpercaya. Sebagian data kemungkinan telah terekam diingatan pembuatan laporan, akan tetapi jika diperlukan pembuat laporan dapat mencari data tambahan melalui penelitian baik sekunder maupun primer.

e. Menganalisis dan menginterpretasikan data

Dari data yang telah terkumpul sebelumnya, selanjutnya dilakukan analisis guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Lama atau tidaknya proses analisis ini tergantung pada jenis laporannya. Untuk laporan singkat, proses analisis membutuhkan waktu yang terbilang lebih singkat sedangkan untuk laporan panjang cenderung lebih lama. Proses analisis dan interpretasi data harus dilakukan seobjektif mungkin, jujur, dan apa adanya tanpa memanipulasi data yang ada.

f. Mengorganisasi data dan mempersiapkan kerangka akhir

Setelah data-data yang ada dianalisis, kemudian hasil temuan diorganisir dan selanjutnya dibuatkan kerangka akhirnya (outline). Tahapan ini dilakukan untuk melihat apakah laporan sudah cukup lengkap atau masih kurang. Selain itu, yang tidak kalah penting adalah penyusun laporan perlu memahami tubuh laporan dan mempertimbangkan berbagai metode pengorganisasian dan kerangka.

2. Bagian Pokok Laporan Bisnis

Setelah tahapan persiapan selesai dilakukan, tahapan selanjutnya adalah menyusun bagian pokok laporan bisnis yang terdiri dari pendahuluan, teks dan penutup.

a. Pendahuluan

Seperti laporan pada umumnya, bagian awal laporan bisnis adalah bagian pendahuluan. Dalam bagian pendahuluan laporan bisnis, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, diantaranya adalah:

- 1) Mempertimbangkan pihak yang membutuhkan laporan (pemberi kuasa)
- 2) Menyiapkan layout presentasi yang berisi tentang hal-hal yang akan dibahas
- 3) Pokok permasalahan yang dibahas umumnya disampaikan di bagian awal pendahuluan
- 4) Tujuan penyusunan laporan bisnis
- 5) Ruang lingkup atau batas pembahasan permasalahan dalam laporan
- 6) Metodologi yang digunakan dalam mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan
- 7) Sumber data yang digunakan, apakah berupa data primer atau data sekunder
- 8) Latar belakang permasalahan berisi tentang gambaran menyeluruh dan pemahaman yang jelas dari suatu permasalahan yang dibahas
- 9) Definisi istilah berisi tentang penjelasan dari istilah yang digunakan dalam pembahasan
- 10) Mengutarakan keterbatasan yang ada baik dari segi dana, waktu, tenaga maupun data
- 11) Rekomendasi yang diberikan sebagai solusi pemecahan permasalahan yang ada

b. Teks

Bagian ini merupakan bagian yang tepanjang dalam laporan bisnis. Bagian ini berisi tentang pembahasan dan pengembangan hal-hal penting secara rinci guna mencapai tujuan dari penyusunan laporan bisnis. Pembahasan harus

mencakup temuan-temuan fakta yang penting dan relevan dengan tujuan laporan bisnis.

c. Penutup

Secara umum bagian ini berisi tentang rangkuman laporan, simpulan, dan rekomendasi. Kesimpulan diambil berdasarkan isi teks yang dibuat, tidak boleh menyimpang dari pembahasan teks. Pada bagian penutup, *Informational Report* disebut rangkuman dan *Analytical Report* disebut kesimpulan, rekomendasi, atau kesimpulan dan rekomendasi. Dari pembahasan yang telah disajikan dibuat ikhtisar rangkuman yang berisi poin-poin penting pembahasan, kekuatan dan kelemahan atau manfaat dan kerugian. Selanjutnya dari hasil analisis yang telah dibuat akan diambil suatu kesimpulan yang berisi evaluasi fakta yang objektif. Setelah simpulan diambil, tahapan selanjutnya adalah merekomendasikan suatu tindakan untuk dilaksanakan. Bagian penutup sendiri diberi judul rencana tindakan atau proposisi. Rencana tindakan berisi jadwal pelaksanaan kegiatan, anggaran yang diperlukan dan penanggung jawab program sedangkan proposisi, berisi tuntutan yang berdasar pada laporan.

3. Penyusunan Laporan Bisnis

a. Tubuh Laporan Bisnis

Ada dua pendekatan yang dapat diterapkan dalam penyusunan tubuh laporan bisnis yaitu pendekatan deduktif dan pendekatan induktif. Pendekatan deduktif atau pendekatan langsung merupakan pendekatan penyusunan yang menampilkan laporan dari belakang ke depan, artinya laporan menyajikan ide pokok atau rekomendasi terlebih dahulu sebelum pembahasan hal-hal yang rinci. Pola yang disusun dapat berupa “penutup – pendahuluan – pembahasan” atau “pendahuluan – penutup – pembahasan”. Pendekatan ini lebih sering

diterapkan dalam pembuatan laporan bisnis karena dinilai lebih cepat dalam memberikan gambaran kepada penggunanya sebelum mengetahui secara lebih rinci.

Pendekatan induktif atau pendekatan tidak langsung merupakan kebalikan dari pendekatan deduktif. Pendekatan ini menyajikan fakta-fakta yang ada sebelum ide-ide pokok, simpulan dan rekomendasi disampaikan. Pola yang disusun dapat berupa “pendahuluan – pembahasan – penutup”.

b. Teks Laporan Bisnis

Beberapa cara dapat dilakukan untuk mengembangkan pembahasan (teks) laporan bisnis (Afridayani, *et.al* 2020), antara lain adalah:

- 1) Membuat topik atau kriteria. Judul utama laporan dapat menggunakan kriteria standar, faktor-faktor, perincian masalah, manfaat, atau karakteristik.
- 2) Menyusun urutan suatu peristiwa atau kejadian-kejadian. Dalam pembuatan agenda, program konvensi, dan laporan perkembangan dapat menggunakan aturan secara kronologis berdasarkan periode tertentu seperti tanggal, bulan, tahun, jam, musim akan lebih sesuai dengan pokok bahasannya.
- 3) Mendeskripsikan lokasi atau tempat. hal ini dimaksudkan untuk menunjukkan lokasi atau tempat, apakah mereka di rumah, pabrik, kantor, pusat perbelanjaan, perusahaan internasional dengan cabang-cabangnya yang tersebar secara geografis ke berbagai penjuru dunia.
- 4) Menjelaskan suatu proses atau prosedur. Cara pengembangan ini dimaksudkan untuk menelusuri tahapan-tahapan prosedur seperti

- prosedur kebijakan, prosedur operasi mesin, prosedur menabung atau prosedur lainnya.
- 5) Menyusun Urutan Tingkat Pentingnya secara Alfabet. Cara pengembangan ini dilakukan dengan mengurutkan hal-hal yang lebih penting terlebih dahulu diikuti dengan hal-hal yang kurang penting dan pada akhirnya hal-hal yang tidak penting
 - 6) Menyusun urutan tingkatan prioritas. Cara pengembangan ini dilakukan dengan menyajikan hal-hal yang paling sederhana (*simple*) atau familiar kemudian meningkat ke hal-hal yang lebih kompleks atau yang kurang familiar. Pengembangan ini didasarkan pada kecenderungan seseorang dalam memahami hal-hal yang dikenal jauh lebih mudah dibandingkan dengan hal-hal yang belum dikenal.
 - 7) Menyusun sumber-sumber yang digunakan. Metode ini kurang diminati, kecuali ada keyakinan terhadap pembaca bahwa mereka sangat tertarik terhadap sumber informasinya. Cara ini dapat menggunakan jika, misalnya, melaporkan seorang ahli yang berpidato di gedung pertunjukan pada perusahaan dan diminta untuk hadir.
 - 8) Pemecahan Masalah. pengembangan ini dilakukan dengan membahas masalah terlebih dahulu, kemudian diikuti dengan cara pemecahan masalahnya. Cara ini umum digunakan untuk mengorganisasi suatu presentasi yang bersifat persuasi.
 - 9) Metode Outline. Setelah Anda menyusun atau mengorganisasi tubuh dan teks laporan, dilanjutkan dengan mengatur judul (*headings*) dan subjudul (*subheadings*) dalam suatu outline.

c. Metode Outline

Outline merupakan susunan tubuh dan teks laporan yang terdiri dari judul dan subjudul. Pembuatan outline penting untuk dilakukan karena dapat membantu dalam menghemat waktu, khususnya untuk long report. Outline dapat digunakan sebagai panduan dalam pembuatan laporan bisnis karena dapat membantu melihat keterkaitan antar topik, membandingkan proporsi dan judul, memeriksa keterkaitan logis, dan menghilangkan overlapping. Sebelum menyusun outline, terdapat 3 hal yang perlu dipahami yaitu, jenis judul yang digunakan dalam laporan bisnis, format outline yang akan digunakan dan paralelisme judul.

Judul laporan bisnis harus dinyatakan secara jelas dan mencerminkan subjek yang akan dijelaskan. Terdapat beberapa jenis judul yang dapat digunakan yaitu:

- 1) Judul topik. Paling sering digunakan, terdiri dari kata tunggal (kata benda), beberapa kata, atau frasa singkat.
- 2) Judul kalimat lengkap. Mencakup subjek dan predikat.
- 3) Judul kalimat imperatif. Dimulai dengan kata kerja dan tidak ada subjeknya, cenderung berupa kalimat perintah.
- 4) Judul varian. Biasanya diawali dengan participle.

Dalam menentukan format outline yang digunakan dapat dilihat berdasarkan panjang atau pendeknya suatu laporan. Short report terdiri dari beberapa judul dan subjudulsaja, umumnya satu sampai empat judul dan subjudul. Untuk laporan yang seperti ini (short outline) dapat menggunakan format yang simple. Sedangkan long report terdiri dari lebih banyak judul dan subjudul, untuk outline yang

digunakan dapat memilih salah satu dari format berikut:

- 1) Kombinasi angka-huruf (numerical-letter combination). Umum digunakan dalam dunia bisnis dan pendidikan.
- 2) Sistem decimal (decimal system). Umum digunakan dalam laporan sains dan teknik.
- 3) Kombinasi huruf-angka. Umum digunakan oleh mereka menyukai huruf-huruf sebelum sampai pada judul utamanya.

Dalam menyusun judul dan subjudul, perlu diperhatikan 5 hal yaitu:

- 1) Ide-ide yang terpenting diletakan pada tingkatan tertinggi, pertimbangkan panjang laporan, subjek, dan pembaca.
- 2) Perhatikan keseimbangan per bagian
- 3) Jika suatu topik, akan dibagi menjadi beberapa bagian setidaknya harus mempunyai dua subjudul.
- 4) Pertimbangkan jumlah subjudul, jangan terlalu banyak dan jangan terlalu sedikit.
- 5) Jangan gunakan judul laporan sebagai bagian judul.

Dalam laporan bisnis umumnya terdiri dari beberapa judul dan subjudul. Keseluruhan judul dan subjudul tersebut harus saling paralel, artinya antar judul dan subjudul memiliki tingkat yang sama sesuai bagian outlinenya. Ini berarti bahwa judul harus mempunyai bentuk gramatikal yang sama, seperti merupakan kata benda, frase, atau kalimat.

Daftar Pustaka

- Bovee, Courtland L. dan Thill, John V. 2003. Komunikasi Bisnis, Edisi Keenam, Indeks. Jakarta.
- Bovee, Courtland L. dan Thill, John V. 2007. Komunikasi Bisnis, Edisi Kedelapan, Jilid 1. Indeks. Jakarta.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. 2006. Bisnis: Alih Bahasa Rd. Soemarnagara. Jakarta: Erlangga.
- Ferinia, R., Kurniullah, A. Z., Naipospos, N. Y., Tjiptadi, D. D., Gandasari, D., Metanfanuan, T., ... & Purba, B. 2020. Komunikasi Bisnis. Yayasan Kita Menulis.
- Himstreet, William C; Baty, Wayne Murlin. 1990. Business Communicationss : Principles and Methods. Boston : PWS- Kent Publishing Company.
- Kusumastuti, Y. I. 2021. Komunikasi bisnis. PT Penerbit IPB Press.
- Murphy, Herta A; Hildebrandt, Herbert W. 1991. Effective In Business Communicationss. Sixth Edition. New York : McGraw-Hill, Inc.
- Orniati, Y. 2009. Laporan keuangan sebagai alat untuk menilai kinerja keuangan. Jurnal ekonomi bisnis, 14(3), 206-213.
- Purwanto, Djoko. 2003. Komunikasi Bisnis, Edisi Kedua. Erlangga: Jakarta.
- Purwanto, Djoko. 2006. Komunikasi Bisnis, Edisi Ketiga. Erlangga: Jakarta.
- Purwanto, Djoko. 2011. Komunikasi Bisnis, Edisi Ketiga. Erlangga: Jakarta.
- SastroAtmodjo, S., Sukrisno, A., & Susilawati, E. 2021. Komunikasi Bisnis. Media Sains Indonesia.

Profil Penulis



Wulan Budi Astuti

Lulus S1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro tahun 2013. Lulus S2 Program Magister Akuntansi Universitas Diponegoro tahun 2017. Saat ini adalah dosen tetap Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Wahid Hasyim Semarang. Penulis mulai bergabung sebagai tim pengajar sejak tahun 2017. Penulis memiliki kepakaran di bidang akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Saat ini penulis aktif sebagai peneliti sesuai bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian telah dihasilkan dan dipublikasikan dalam beberapa jurnal ilmiah. Guna terus mengembangkan kemampuan dalam menulis dan turut berkontribusi dalam perkembangan bangsa dan negara khususnya dalam hal pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti mulai menekuni bidang penulisan buku. Keikutsertaan penulis dalam menuliskan book chapter ini merupakan langkah awal yang dilakukan penulis untuk mulai aktif dalam menulis buku. Semoga penulis terus istiqomah dalam berpartisipasi dalam menghasilkan karya yang bermanfaat.

Email Penulis: wulanbudiastuti445@gmail.com

- 1 MENGENAL KOMUNIKASI BISNIS
Yuan Badrianto, S.Psi., M.M., M.Pd.
- 2 KOMUNIKASI ANTARPRIBADI
Voettie Wisataone, M.A.
- 3 KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI
Bambang Agus Hidayat, S.T.,M.M.
- 4 KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA
Sri Ayu Rayhaniah, M.Sos
- 5 PERENCANAAN KOMUNIKASI BISNIS : MEMPERDALAM KOMUNIKASI BISNIS
JEPANG MELALUI BAHASA DAN BUDAYA PERUSAHAAN
Dr. Miftachul Amri, M.Pd., M.Ed.
- 6 SURAT BISNIS
Riana Isti Muslikhah, M.Pd.
- 7 RAPAT BISNIS
Rosmawati, S.Pi., M.Si.
- 8 LAPORAN BISNIS
Wulan Budi Astuti, S.E., M.Si.
- 9 NEGOSIASI BISNIS
Kadek Kiki Astria S.I.Kom., M.A.
- 10 PESAN DALAM KOMUNIKASI BISNIS
Ulfah Hidayati, M.I.Kom
- 11 WAWANCARA KERJA
Endah Andriani Pratiwi, M. Psi, Psikolog
- 12 TEKNOLOGI DIGITAL DALAM KOMUNIKASI BISNIS
Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M.
- 13 ETIKA DALAM KOMUNIKASI BISNIS
Dwi Pela Agustina, S.I.Kom, M.A.
- 14 MANAJEMEN KOMUNIKASI BISNIS
Sarty Sarbiyah, S.P. M.Si
- 15 EVALUASI KOMUNIKASI BISNIS
Ratih Pratiwi, S.Pd., M.Si., M.M.

Editor :

Harini Fajar Ningrum, M.M.

Untuk akses **Buku Digital**,
Scan **QR CODE**



Media Sains Indonesia
Melong Asih Regency B.40, Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
Email : penerbit@medsan.co.id
Website : www.medsan.co.id



ISBN 978-623-362-315-5 (PDF)

