



Prosiding

Seminar Nasional

Unit Kegiatan Mahasiswa Penalaran dan Riset
IKIP PGRI Bojonegoro

Tema "Eksplorasi Penalaran dalam Riset untuk Meningkatkan Kualitas Publikasi Ilmiah"



Menyimak Intensif Kunci Sukses dalam Memahami Komunikasi Bisnis

Yunita Irma Firnanda Putri¹, Dika Setya Pratama², Cahyo Hasanudin³
^{1,2,3}Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, IKIP PGRI Bojonegoro,
Indonesia
yntaifp@gmail.com

Abstrak – Menyimak intensif dapat diartikan sebagai proses mendengarkan secara serius dan fokus, dengan tujuan memahami makna yang diinginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengenali menyimak intensif kunci sukses dalam memahami komunikasi bisnis. Dalam pencarian data metode yang di gunakan yaitu *library reseach*, lalu pada penelitian ini diperoleh data sekunder, dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui teknik simak, libat, dan catat, serta divalidasi menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian ini adalah seperti 1) terampil dalam berkomunikasi, 2) menerima gagasan secara baik, 3) memudahkan mendapatkan partnership. Simpulan dalam penelitian ini adalah terdapat 3 menyimak intensif kunci sukses dalam memahami komunikasi bisnis.

Kata kunci – Bisnis, Menyimak intensif, Memahami komunikasi

Abstract – *Intensive listening can be defined as the process of listening seriously and focused, with the aim of understanding the desired meaning. This study aims to recognize intensive listening as the key to success in understanding business communication. In searching for data, the method used is library research, then in this study secondary data were obtained, in this study the data were collected through listening, engaging, and recording techniques, and validated using triangulation techniques. The results of this study are such as 1) skilled in communicating, 2) receiving ideas well, 3) making it easier to get a partnership. The conclusion in this study is that there are 3 intensive listening keys to success in understanding business communication.*

Keywords – *Business, Intensive listening, Understanding communication*

PENDAHULUAN

Menyimak intensif merupakan menyimak dengan teliti supaya bisa memahami lebih dalam (Kusumadewi, 2018). Menurut Kusmadi dan Hasanah (2008) menyimak intensif merupakan kegiatan menyimak informasi yang perlu konsentrasi supaya tidak salah penafsiran. Menyimak intensif dilakukan dengan penuh kesungguhan untuk mendapatkan makna yang di inginkan (Tarigan dalam Wibowo, 2006).

Jenis-jenis menyimak intensif terdiri atas beberapa bagian diantaranya adalah 1) menyimak kritis merupakan suatu proses menyimak dengan tujuan mengevaluasi terkait yang di simak (Fatmawati dalam Andriani & Haerani, 2019), 2) menyimak konsentratif adalah tindakan mendengarkan dengan penuh antusiasme, dengan tujuan memperoleh informasi (Nopriani, Saparahayuningsih & Yulidesni, 2016), 3) menyimak kreatif melibatkan pengembangan imajinasi dan kreativitas, seperti menyampaikan kembali ide-ide pembicara, 4) menyimak eksploratif merupakan kegiatan mendengarkan untuk menemukan konsep atau informasi baru (Rosdawita, 2013).

Menyimak erat kaitannya dengan mendengar serta mendengarkan dan banyak orang yang mendengarkan tapi belum mampu menyimak dengan sebaik baiknya (Satria, 2017). Adapun salah satu cara mengimplementasikan pendekatan mendengarkan yang intensif di kelas adalah 1) guru memilih materi mendengarkan yang memiliki karakteristik bahasa tertentu sesuai maksud pembelajaran, 2) siswa diminta untuk mendengarkan rekaman yang memiliki penghubung kalimat, aktivitas ini dilakukan satu atau dua kali, 3) kemudian siswa diberikan teks rekaman untuk mengisi bagian yang kosong berdasarkan pemahaman dari kegiatan mendengarkan (Hasriani, 2023). Seperti yang dikatakan (Rosdawita, 2013) bahwa biasanya menyimak intensif ini mempunyai output yakni dengan mengungkapkan kembali dengan tulisan maupun lisan.

Komunikasi adalah rangkaian langkah untuk mentransmisikan informasi dan gagasan dari satu asal informasi ke tujuan tertentu (Zahara, 2018). Menurut Hasriani (2023) komunikasi adalah proses pertukaran makna melalui pesan antara individu yang terlibat dalam komunikasi. Sari dkk., (2018) mendefinisikan komunikasi tidaksekadar tentang menukar pendapat, melainkan melibatkan proses penyampaian pesan yang terjadi dalam konteks tatap muka, melibatkan dua orang atau lebih. Jadi komunikasi adalah proses pengiriman informasi dan gagasan dari sumber ke tujuan tertentu, melibatkan pertukaran makna melalui pesan di antara individu yang terlibat. Hariyanto (2021) menyatakan bahwa tujuan utama dalam komunikasi adalah keseluruhan kualitas komunikasi, termasuk unsur motivasi yang perilakunya selama komunikasi melibatkan aspek-aspek manusia. Tujuan komunikasi meliputi menukar informasi, memengaruhi pandangan dan memengaruhi perilaku secara persuasif (Poentarie, 2013). Menurut Zaenuri (2017) komunikasi, baik disengaja maupun tidak, memiliki tujuan dasar yaitu: penemuan, keterhubungan, persuasi, rekreasi.

Komunikasi telah membawa berbagai manfaat dan kebaikan dalam kehidupan kita (Susanto, 2016). Manfaat berkomunikasi dapat memenuhi berbagai kebutuhan manusia, seperti kebutuhan fisik, psikologis, pertukaran

informasi, peningkatan wawasan, dan aspek lainnya (Milyane dkk., 2022). Media komunikasi berperan secara signifikan dalam menyampaikan pesan dengan efektif dan efisien kepada pihak lain, sehingga, hasil yang diinginkan dalam komunikasi dapat dicapai (Jamalludin, 2016).

Bisnis merupakan entitas yang menjual produk atau jasa kepada konsumen atau perusahaan lain dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (Kamaluddin & Rapanna, 2017). Hasoloan (2008) mendefinisikan bisnis sebagai entitas yang menyediakan produk atau layanan untuk dijual. Bisnis merupakan aktivitas yang dijalankan oleh individu yang terlibat dalam aktivitas perdagangan, baik sebagai pembuat barang, pedagang, atau konsumen (Astuti, 2005). Jadi dari berbagai sumber, bisnis didefinisikan sebagai entitas yang menjual produk atau jasa dengan tujuan keuntungan.

Sebagian besar orang sebelumnya menganggap bahwa tujuan bisnis adalah untuk mencapai keuntungan maksimal (Saifullah, 2011). Bisnis mencakup tujuan yaitu memperoleh keuntungan, memperoleh barang atau layanan, meningkatkan kesejahteraan bagi pemilik faktor produksi dan masyarakat (Nasution, 2016). Tujuan bisnis perusahaan tercermin dari berbagai kepentingan, termasuk pemilik, pesaing, pemasok, karyawan, konsumen, masyarakat umum, dan pemerintah (Kamaluddin & Rapanna, 2017).

Beberapa manfaat dalam dunia bisnis yaitu mendapatkan penghargaan atau pengakuan, peluang untuk menjadi pemimpin bagi diri sendiri dan membuka peluang masa depan yang lebih cerah (Kamaluddin & Rapanna, 2017). Konsep manfaat dalam bisnis ini melibatkan lebih dari sekadar memberikan keuntungan atau profit secara finansial saja (Wowor & Karrou, 2013). Menurut Riskinanto (2017) keuntungan bisnis tidak hanya menitikberatkan pada aspek finansial, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif khusus bagi organisasi.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan pada studi ini yakni *library research*. Metode *library research* merupakan salah satu teknik penelitian dengan mencari data yang relevan untuk mencapai hasil sesuai penelitian. Pengumpulan data berdasarkan buku, jurnal, dan riset. Teknik *library research* merupakan tahap awal penelitian.

Data sekunder merupakan data yang didapat dalam penelitian ini. Data sekunder berkaitan dengan informasi berdasarkan sumber yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder dapat berbentuk dokumen pemerintah, situs, hasil peninjauan dan lain sebagainya.

Teknik simak, catat, dan libat digunakan dalam menghimpun data dalam penelitian ini. Dengan cara membaca sumber literatur bebas yang sinkron dengan katakunci, lalu dicatat, serta disatukan agar membangun satu kesatuan ide.

Teknik triangulasi digunakan untuk validasi pada penelitian ini. Teknik triangulasi yaitu metode untuk memeriksa ketepatan data yang diperoleh. Cara validasi penelitian dengan menggunakan dua atau lebih dari sumber

buku maupun jurnal untuk memeriksa keakuratan data. Dengan menggunakan teknik-teknik tersebut, peneliti dapat mengumpulkan data secara lebih efektif dan dapat meningkatkan validitas hasil sesuai dengan karakteristik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Terampil dalam Berkomunikasi

Terampil dalam berkomunikasi adalah kemampuan berkomunikasi dengan baik secara tegas dan berinteraksi secara positif dengan orang lain. Komunikasi memegang kunci utama dalam kehidupan karena manusia memiliki sifat sosial. Proses komunikasi melibatkan setidaknya dua pihak yang saling berinteraksi.

Adin dkk., (2023) menyatakan komunikasi memiliki peran yang penting didalam menyampaikan pesan ataupun maksud kepada orang lain sehingga tercapainya tujuan komunikasi. Seorang siswa berpartisipasi aktif dalam pembelajaran dapat meningkatkan keterampilan berkomunikasinya (Maryati,2012)

Pentingnya keterampilan komunikasi yang efektif adalah kemampuan berbicara dengan keberanian. Seseorang yang menunjukkan keberanian untuk menyatakan pendapat, mengajukan pertanyaan, menghormati pandangan orang lain, dan berkomunikasi dengan jelas memiliki inti dari keahlian berkomunikasi (Bukit, 2022)

b. Menerima Gagasan Secara Baik

Menerima gagasan dengan baik merupakan aspek penting dalam metode penelitian. Ini melibatkan sikap terbuka terhadap ide-ide baru, penerimaan terhadap beragam perspektif, dan kemampuan untuk mengintegrasikan gagasan tersebut ke dalam konteks penelitian. Dengan menerima gagasan secara positif, penelitian dapat menjadi lebih inklusif dan mendukung pengembangan wawasan yang lebih mendalam.

Masdul (2018) menyatakan bahwa dalam komunikasi menerima gagasan dengan baik merupakan aspek penting dimana manusia saling seling berkomunikasi dalam penyampaian informasi yang berupa pikiran, gagasan, perasaan, maupun maksud secara langsung. Selain itu kemampuan untuk menyampaikan ide secara baik memungkinkan orang lain menerima gagasan tersebut dengan antusias (Aulina, 2014). Menurut Ariani (2018) kemampuan untuk menyajikan ide dengan baik kemampuan berkomunikasi melibatkan ekspresi secara verbal, baik melalui lisan maupun tulisan, serta kecakapan dalam memahami ide orang lain dengan teliti bertujuan untuk meningkatkan pemahaman.

c. Memudahkan Mendapatkan *Partnership*

Konteks memudahkan perolehan kemitraan atau *partnership* dalam komunikasi bisnis melibatkan serangkaian tindakan strategis. Pertama, melakukan analisis menyeluruh terhadap keberhasilan komunikasi bisnis sebelumnya, termasuk pencapaian dalam membentuk kemitraan.

Langkah ini dapat melibatkan studi kasus, wawancara dengan pihak terlibat, dan evaluasi kinerja sebelumnya.

Explorasi terhadap teknologi dan platform komunikasi yang dapat memperlancar perolehan kemitraan juga menjadi hal krusial. Ini termasuk pemahaman terhadap bagaimana penggunaan media sosial, komunikasi elektronik, dan platform lainnya dapat memberikan dampak positif.

Selanjutnya, metode penelitian harus mencakup analisis praktik komunikasi yang efektif dalam konteks bisnis, baik yang bersifat verbal maupun nonverbal. Pemahaman yang mendalam terhadap cara menyampaikan pesan, menjelaskan manfaat kemitraan, dan membangun hubungan interpersonal yang solid menjadi fokus utama.

Terakhir, merumuskan panduan praktis berdasarkan temuan penelitian, memberikan rekomendasi konkret untuk meningkatkan proses komunikasi bisnis dan memudahkan perolehan kemitraan. Dengan pendekatan ini, metode penelitian dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan sukses dalam mencapai tujuan kemitraan bisnis. Menurut Eldo dan Mutiarin (2018) kerjasama (*Partnership*) berasal dari kerjasama antara pihak-pihak yang terlibat dan pemangku kepentingan. Minimal melibatkan dua belah pihak yang saling terintegrasi.

Sihombing dan Judisseno (2022) mengatakan bahwa membentuk partnership dengan perusahaan mitra diharapkan dapat menciptakan dampak yang berkesinambungan untuk menjaga kelangsungan usaha perusahaan. Partnership merupakan kunci kemitraan yang merujuk pada faktor kemitraan yang menggambarkan jejaring pemasok dan mitra yang esensial dalam menjalankan model bisnis (Oktavanny, 2021).

SIMPULAN

Menyimak intensif kunci sukses dalam memahami komunikasi bisnis karena 1) kunci sukses dalam komunikasi bisnis, 2) terampil dalam berkomunikasi, 3) memudahkan mendapatkan partnership.

REFERENSI

- Andriani, A., & Haerani, H. (2019). Peningkatan keterampilan menyimak kritis menggunakan metode VAK (Visualization Auditory Kinesthetic). *Journal Pegguruang*, 1(2), 203-207. <https://dx.doi.org/10.35329/jp.v1i2.578>.
- Adin, Zein, & Izzati, I. H. Y. (2023). "Dasar-dasar komunikasi bisnis." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 3(1), 33- 42. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i1.2324>.
- Ariani, D. N. (2018). Strategi peningkatan kemampuan komunikasi matematis siswaSD/MI. Muallimuna: *Jurnal Madrasah*

- Ibtidaiyah*, 3(1), 96-107.
<http://dx.doi.org/10.31602/muallimuna.v3i1.958>.
- Astuti, D. (2005). Kajian bisnis franchise makanan di Indonesia. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 7(1), 83-98.
<https://doi.org/10.9744/jmk.7.1.pp.%2083-98>.
- Aulina, C. N. (2014). Pengaruh bermain peran terhadap peningkatan kemampuan sosial anak usia dini. *Jurnal PG-PAUD Trunojoyo: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Anak Usia Dini*, 1(1), 14-27. <https://doi.org/10.21107/pgpaudtrunojoyo.v1i1.3474>.
- Bukit, S. (2022). Keterampilan komunikasi siswa kelas V SDN 101835 Sibolangitdi dalam proses pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Dewantara*, 1(1), 29-34. <http://dx.doi.org/10./dewantara.v1i1.29-34>.
- Eldo, D. H. A. P., & Mutiarin, D. (2018). Analisis best practice inovasi pelayanan Publik (Studi pada Inovasi Pelayanan “Kumis MbahTejo” di Kecamatan tegalrejo kota yogyakarta). *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 1(2), 156- 167. <https://doi.org/10.24198/jmpp.v1i2.16753>.
- Satria, T. G. (2017). Meningkatkan keterampilan menyimak melalui pendekatan saintifik pada anak kelas IV Jakarta Barat. *JPGSD: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 10(2), 114-120. <https://doi.org/10.33369/pgsd.10.2.114-120>.
- Hariyanto, D. (2021). Buku ajar pengantar ilmu komunikasi. *Umsida Press*, 1-119. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-32-7>.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *WartaDharmawangsa*, (57). <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i57.141>.
- Hasriani, S. P. (2023). *Terampil Menyimak*. Bandung: Indonesia emas group.
- Jamalludin, J. (2016). Manfaat media komunikasi dalam pendidikan dan pembelajaran. *At-Tabligh*, 1(1), 14-26. Retrieved from <https://jurnal.um-palembang.ac.id/attabligh/issue/view/43>.
- Kamaluddin, I. H. A., & Patta Rapanna, S. E. (2017). *Administrasi bisnis*. Makassar: Sah Media.
- Kusmadi, I. dan Hasanah, F. (2008). *Think smart bahasa Indonesia*. Bandung: Grafindomedia utama.
- Kusumadewi, H. (2018). Penggunaan Elt Website untuk meningkatkan kompetensi guru-guru SMP dalam ketrampilan menyimak. *Pujangga: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 3(2), 180-189. <http://dx.doi.org/10.47313/pujangga.v3i2.440>.

- Kusumawati, T. I. (2019). Komunikasi verbal dan nonverbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2). <http://dx.doi.org/10.30829/al-irsyad.v6i2.6618>.
- Martaulina, D. S. (2018). *Bahasa Indonesia terapan*. Yogyakarta: Deepublis.
- Masdul, M. R. (2018). "Komunikasi pembelajaran." *Iqra Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman* 13(2), 1-9. <https://doi.org/10.56338/iqra.v13i2.259>.
- Maryanti, S. (2012). Hubungan antara keterampilan komunikasi dengan Aktivitas Belajar Siswa. *Konselor*, 1(2). <https://doi.org/10.24036/0201212700-0-00>.
- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Akib, S., Daud, R. F., Rosemary, R., & Rochmansyah, E. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi*. Bandung: Widina bhaktipersada Bandung.
- Nasution, F. H. (2016). Peran administrasi perkantoran dalam dunia bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (49). <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i49.159>.
- Nopriani, Y., Saparahayuningsih, S., & Yulidesni, Y. (2016). Meningkatkan keterampilan menyimak dengan metode bercerita melalui media boneka jari. *Jurnal Ilmiah Potensia*, 1(2), 121-128. <https://doi.org/10.33369/jip.1.2.121-128>.
- Octavanny, V. (2021). Analisis model bisnis pada UMKM kuliner yang menerapkan konsep sharing food. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 1-15. <https://doi.org/10.37535/104001120211>.
- Poentarie, E. (2013). Penerapan strategi komunikasi pada "plik nanggula 2". *Jurnal studi komunikasi dan media*, 17(2), 163-172. <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170204>.
- Rosdawita, R. (2013). Pembelajaran menyimak berbasis pendekatan kontekstual. *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 3(1). Retrieved from <https://online-journal.unja.ac.id/pena/article/view/2232>.
- Riskianto, A. (2017). Identifikasi nilai bisnis SI/TI menggunakan tabel manfaat bisnis SI/TI generik ranti: studi kasus disaster recovery center kementerian XYZ. *I- STATEMENT*, 3(1). <https://doi.org/10.46371/istatement.v3i1.23>.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.
- Saifullah, M. (2011). Etika bisnis Islami dalam praktek bisnis Rasulullah.

- Walisongo: *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127-156.
<https://doi.org/10.21580/ws.19.1.215>.
- Sihombing, I. E. C., & Judisseno, R. K. (2022). Efektivitas strategi partnership perjalanan insentif dan perjalanan bisnis pada PT tiket keren Nusantara: Masa pandemi 2021. In *Seminar Nasional Riset Terapan* (Vol. 11, No. 01, pp. 104-109).
<https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/snrtb/issue/view/4>.
- Sorraya, A. dan Anas, Y. (2019). *Menyimak apresiasif*. Malang: Media nusa kreatif.
- Susanto, J. (2016). Etika komunikasi islami. *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 24-24. <https://doi.org/10.51590/waraqat.v1i1.28>.
- Wibowo, M. A. (2016). Penerapan strategi directed listening thinking approach (DLTA) dalam pembelajaran keterampilan menyimak pada siswa sekolah dasar. *Jurnal ilmiah guru caraka olah pikir edukatif*, 20(1).
<https://doi.org/10.21831/jig%20cope.v20i1.10793>.
- Wowor, H., & Karouw, S. (2013). Analisis Kuantifikasi Manfaat Bisnis Teknologi Informasi Studi Kasus Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Teknik Informatika*, 2(1). <https://doi.org/10.35793/jti.2.1.2013.1981>.
- Zahara, E. (2018). Peranan komunikasi organisasi bagi pimpinan organisasi. *Warta Dharmawangsa*, (56).
<https://doi.org/10.46576/wdw.v0i56.8>.
- Zaenuri, A. (2017). Teknik komunikasi persuasif dalam pengajaran. *JALIE; Journal of Applied Linguistics and Islamic Education*, 1(1), 41- 67.
<https://doi.org/10.33754/jalie.v1i1.83>.