

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Klinik Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur, pada konsultan dan klien, dan berdasarkan data-data yang telah disajikan dalam bab III didapatkan komunikasi Interpersonal antara konsultan bisnis dan kliennya.

Dari hasil wawancara dengan konsultan dan klien di Klinik Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur, akhirnya tersusun data-data yang dapat menjawab fokus penelitian dari penelitian yang berjudul komunikasi konsultasi bisnis ini. Adapun rumusan masalah tersebut adalah mengenai proses komunikasi konsultasi bisnis serta komunikasi verbal dan non verbal yang terjadi selama proses komunikasi konsultasi bisnis berlangsung. Temuan penelitian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Proses komunikasi konsultasi bisnis

Komunikasi yang berlangsung antara konsultan dan klien dapat terjadi karena dorongan motivasi dari dalam diri klien, klien mendatangi klinik ataupun mobile klinik dengan sengaja untuk mencari solusi atas masalah bisnisnya. Klien disini mempunyai masalah-masalah yang berbeda, tapi masih tetap berkuat mengenai masalah bisnis seperti menentukan ide bisnis,

pengembangan usaha, management usaha, permodalan, pemasaran, dan perijinan.

Peran konsultan pada awalnya ialah mendiagnosa permasalahan yang telah disampaikan oleh klien hingga konsultan menemukan akar masalah yang sebenarnya, karena belum tentu masalah yang dianggap paling mendasar oleh klien adalah masalah yang sebenarnya. Seperti contoh ketika klien menceritakan masalah awalnya ialah masalah permodalan, tapi setelah konsultan mendiagnosa dan melakukan analisis terhadap masalah tersebut, ternyata masalah modal adalah bukan masalah inti dari masalah tersebut, tapi justru yang menjadi masalah inti adalah masalah yang tak terduga sebelumnya. Dari proses inilah maka fungsi komunikasi begitu terlihat dan memiliki manfaat yang begitu menakjubkan.

Dari hasil diagnosis tersebut akhirnya konsultan dapat menarik kesimpulan mengenai langkah apa yang harus diambil olehnya dan kliennya agar permasalahan tersebut dapat segera di atasi. Disini kredibilitas konsultan mulai di uji, apakah konsultan tersebut mampu mengatasi masalah kliennya hingga tuntas atau tidak. Dan dari situlah klien dapat menilai apakah arahan atau solusi yang diberikan konsultan dapat digunakan untuk mengatasi masalah bisnisnya. Karena layanan konsultasi bisnis di klinik ini tidak ada batasannya, klien dapat mengungkapkan dan menyelesaikan masalahnya hingga tuntas tanpa perlu merasa terbatas.

Ketika memberikan pengarahan pada klien, konsultan juga menyampaikan pentingnya etika dalam bisnis, karena tujuan bisnis itu tidak hanya untuk memperoleh keuntungan, tetapi ada hal penting lainnya yang harus diperhatikan seorang pebisnis baru. Seorang pebisnis harus menerapkan sifat kejujuran dan tidak boleh meninggalkan perintah agama, bahkan ibadah sunnah seperti sholat dhuha juga harus dilakukan oleh seorang pebisnis agar usahanya bisa stabil dan mulai menunjukkan peningkatan. Sifat-sifat religius ini perlu diterapkan oleh klien untuk memberikan ketenangan secara lahir dan batin. Konsultan selalu menekankan pendekatan secara religi tersebut pada kliennya dibalik saran lain yang langsung mengarah pada tindakan secara akal. Karena menurut konsultan jika seseorang telah dekat dengan tuhan, maka ia akan memikirkan terlebih dahulu setiap langkah yang akan ia tempuh, dan menilai apakah langkah tersebut sudah sesuai dengan aturan agama atau tidak. Sehingga sifat ini akan menjauhkan seorang pebisnis dari hal-hal yang dapat merugikan mereka.

Selain sifat religius konsultan juga menekankan pada klien agar selalu menerapkan sifat kejujuran, keadilan, dan perilaku yang baik dalam berbisnis. Ini semua berguna untuk menghindari masalah-masalah yang akan mendatangi bisnis klien, yang semuanya akan berdampak pada kegagalan. Disamping itu konsultan juga selalu memberikan semangat pada klien untuk tetap berjuang dan tidak mudah putus asa dalam memperjuangkan bisnisnya. Mindset dan perilaku klien harus dirubah agar semakin siap menjadi

wirausaha yang memiliki kematangan manajemen perilaku dan pikiran. Memperhatikan etika dalam berbisnis akan membuat bisnis bisa bertahan lebih lama dan tidak tergerus perkembangan zaman.

Selama menjalankan tugasnya melayani masyarakat yang membutuhkan bantuan dalam pengembangan bisnis, konsultan tidak pernah mengalami kesulitan berkomunikasi dengan klien, karena konsultan selalu menyesuaikan cara komunikasinya dengan klien dan mencoba memahami asal usul klien.

Sejak awal konsultan bertemu kliennya, ia sudah mengamati bagaimana cara klien tersebut berkomunikasi, ia juga melihat dari logat bahasa yang digunakan klien, selain itu ia juga mengamati bahasa tubuh klien. Dari situlah konsultan mulai mengerti bahwa klien tersebut berasal dari latar belakang yang seperti apa.

Konsultan sangat memahami bahwa klien-kliennya berasal dari latar belakang pendidikan dan pengalaman yang berbeda-beda, maka konsultan akan selalu menyesuaikan cara komunikasinya dengan klien yang ia hadapi agar komunikasinya bisa berjalan dengan lancar.

Berdasarkan analisis data diatas mengenai proses komunikasi konsultasi bisnis, maka temuan penelitiannya adalah bahwa komunikasi konsultasi bisnis ini dimulai ketika ada motivasi dari klien untuk datang ke klinik maupun mobile klinik. Selanjutnya antara konsultan dan klien

berkenalan dan konsultan mulai sering bertanya mengenai asal usul klien. Pada tahap itu konsultan juga mengamati cara berkomunikasi klien hingga bahasa tubuh yang digunakan klien, ia berusaha memahami latar belakang klien agar bisa menyesuaikan komunikasinya dengan klien. Klien mulai menceritakan masalah bisnisnya, pada saat itulah konsultan mulai mendiagnosa masalah yang diceritakan klien untuk mencari titik permasalahan yang sebenarnya dan menemukan solusinya. Konsultan juga tak lupa menekankan pada klien tentang pentingnya beretika dan selalu mendekatkan diri dengan Tuhan ketika menjalankan sebuah bisnis. Dalam memberikan pelayanan konsultasi bisnis, konsultan tidak memberikan batasan dalam memberikan bantuan, sejauh mana masalah klien, maka sejauh itu juga konsultan akan membantu. Selama menjalankan tugas sebagai konsultan bisnis di Klinik KUMKM, para konsultan tidak pernah mengalami kesulitan dalam hal berkomunikasi dengan klien, karena mereka selalu menyesuaikan cara komunikasinya dengan kapasitas klien yang dihadapi.

2. Komunikasi verbal dan non verbal yang dilakukan konsultan dengan kliennya ketika konsultasi bisnis berlangsung
 - a. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal yang terjadi antara konsultan dan klien di Klinik KUMKM dapat terjadi secara formal maupun informal. Artinya jika secara formal ialah komunikasinya terikat dalam ruang dan waktu,

seperti ketika klien dengan sengaja mendatangi klinik untuk berkonsultasi mengenai masalah bisnisnya. Meskipun klien bisa datang kapan saja, tetapi klinik tetap mempunyai batasan jam operasional. Begitupun juga di mobile klinik yang sudah terjadwal sebelumnya di tempat-tempat dan waktu yang telah ditentukan.

Jika secara informal komunikasi dapat berlangsung dimana saja dan kapan saja, bisa melalui telepon, sms, email, maupun bisa bertemu langsung di tempat lain yang bisa ditentukan oleh kedua pihak.

Kebanyakan ketika klien pertama kali berkonsultasi, mereka selalu ingin melanjutkan komunikasi tersebut melalui telepon, karena mereka merasa kurang puas dengan waktu konsultasi yang dirasa sangat singkat, apalagi ketika berkonsultasi di mobile klinik yang dibatasi waktu dan peserta yang banyak. Sehingga mereka harus mengantri terlebih dahulu untuk mendapatkan giliran berkonsultasi. Kebanyakan mereka akan meminta kontak konsultan atau memilih mendatangi klinik langsung agar bisa membicarakan masalah bisnisnya lebih lanjut, karena tidak semua klien menyukai pembicaraan melalui telepon.

Komunikasi verbal yang terjadi antara konsultan bisnis dan klien paling sering menggunakan Bahasa Indonesia, karena kebanyakan kliennya merupakan warga Jawa Timur sendiri yang sudah mahir berbahasa Indonesia, tapi konsultan juga akan menyesuaikan bahasa

mereka apabila ada tamu dari luar negeri, maka mereka akan menggunakan Bahasa Inggris.

Kata salam yang paling sering digunakan sebagai pembuka pembicaraan antara konsultan dan klien adalah "selamat pagi" atau "selamat siang", karena konsultan menyadari bahwa tidak semua klien adalah muslim. Tapi jika klien mengatakan "Assalamu'alaikum" maka konsultan akan ikut menyesuaikan dengan menjawab "Wa'alaikum Salam".

Dalam memberikan arahan atau penjelasan untuk memecahkan masalah klien, konsultan juga seringkali menggunakan media tulisan dan gambar untuk memperjelas maksudnya agar klien lebih paham mengenai apa yang dibicarakan konsultan. Media gambar dan tulisan ini biasanya dituangkan dalam sebuah kertas putih dan digunakan sebagai pelengkap saja agar konsultan dapat menjelaskan lebih rinci pada klien. Tulisan dan gambar tersebut dipergunakan konsultan ketika menjelaskan mengenai cara pembuatan proposal bisnis, menjelaskan alur bisnis, perhitungan permodalan, dan bagan-bagan yang dibutuhkan untuk membuat struktur organisasi. Penggunaan media ini hanya akan digunakan sesuai kebutuhan klien, jadi tidak selalu dipergunakan dalam setiap sesi konsultasi.

Bahasa verbal melalui tulisan dan gambar menjadi alternatif penting yang digunakan konsultan bisnis dengan melihat tingkat

kebutuhan kliennya. Hal ini penting dilakukan untuk menambah wawasan klien dan membuat proses komunikasi bisa berjalan lebih lancar dan efisien. Klien pun merasa demikian, dengan model konsultasi yang diimbangi menggunakan tulisan dan gambar membuat klien lebih mudah paham dan lebih mudah mengingat-mengingat kembali apa yang sudah dijelaskan oleh konsultan.

Berdasarkan analisis data diatas mengenai komunikasi verbal yang digunakan oleh konsultan dan klien ketika konsultasi bisnis, maka temuan penelitiannya ialah bahwa komunikasi konsultasi bisnis dapat dilakukan secara formal maupun informal, dapat bertemu langsung maupun menggunakan media elektronik. Bahasa yang digunakan ketika konsultasi bisnis banyak menggunakan bahasa di indonesia, tapi konsultan juga menyesuaikan dengan bahasa yang digunakan klien. Ucapan salam yang paling sering dipakai untuk membuka pembicaraan antara konsutan dan klien adalah "selamat pagi" atau "selamat siang". Dalam menjelaskan pada klien, konsultan juga menggunakan media ilustrasi berupa gambar dan tulisan untuk memudahkannya berkomunikasi.

b. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal yang terjadi antara konsultan dan klien selalu terdapat dalam tiap sesi konsultasi bisnis, baik di Klinik KUMKM

ataupun ketika mobile klinik di kampus-kampus, sentra-sentra usaha, dan tempat lain yang dikunjungi mobile klinik.

Kedekatan antara konsultan dan klien juga merupakan simbol non verbal yang muncul ketika mereka melakukan komunikasi.

Berjabat tangan merupakan simbol komunikasi non verbal yang terjadi antara konsultan dan klien. Berjabat tangan digunakan ketika akan memulai pembicaraan antara konsultan dan klien. Ketika klien datang mengunjungi klinik KUMKM maupun mobile klinik, konsultan menunjukkan kedekatannya dengan langsung berdiri menyambut klien, mengucapkan salam serta mengulurkan tangannya untuk berjabat tangan.

Dalam setiap sesi konsultasi bisnis, klien selalu menunjukkan ekspresi antusias saat mengutarakan masalahnya maupun saat mendengarkan konsultan berbicara. Ekspresi antusias ini klien tunjukkan dengan wajah serius serta semangat dan tidak ada kesan meremehkan. Karena posisi klien membutuhkan informasi untuk mengatasi masalah bisnisnya, maka klien akan bersikap menghargai dan sangat antusias terhadap layanan konsultasi bisnis ini.

Pakaian juga merupakan simbol komunikasi non verbal yang bisa ditampilkan. Pakaian dapat mengungkapkan peran sosial seseorang, karena pakaian digunakan untuk menunjukkan atau mendefinisikan peran sosial yang dimiliki seseorang. Para konsultan bisnis tidak memiliki

pakaian seragam untuk menjalankan pekerjaannya di klinik KUMKM. Mereka hanya dituntut untuk selalu berpakaian rapi dan menyesuaikan dengan profesinya. Setiap hari Senin sampai Rabu Konsultan yang sedang piket di Klinik diharapkan berpakaian rapi seperti menggunakan kemeja dan dasi, serta dilarang menggunakan celana jeans. Bagi konsultan perempuan juga harus rapi dengan tidak menggunakan jeans dan baju yang ketat. Setiap hari Kamis dan Jumat pakaian mereka menyesuaikan pegawai Dinas Koperasi dan UMKM yaitu menggunakan baju batik khas Jawa Timur.

Selain pakaian, konsultan juga diwajibkan untuk mempunyai *performance* yang baik dalam segala hal, *performance* mencakup dari cara penampilan yang baik, sikap yang baik, serta cara berkomunikasi yang baik. *Performance* dan penampilan yang baik merupakan salah satu dari *standart operational* yang harus dipatuhi oleh konsultan di Klinik KUMKM Provinsi Jawa Timur ketika menjalankan tugasnya.

Komunikasi konsultasi bisnis di Klinik KUMKM juga menggunakan komunikasi non verbal vokalik yang dapat ditemukan dari nada bicara, nada suara, kecepatan berbicara, kualitas suara, dan intonasi. Menurut klien nada suara, kecepatan berbicara, kualitas suara, serta intonasi komunikasi konsultan sudah sangat baik dan jelas sehingga komunikasinya dapat dipahami oleh klien, dan klienpun dapat memberikan respon secara langsung dan tidak terjadi miss komunikasi.

Miss komunikasi akan sering terjadi apabila konsultan dan klien kurang tepat dalam menggunakan komunikasi non verbal secara vokalik.

Berdasarkan analisis data diatas mengenai komunikasi non verbal yang digunakan oleh konsultan dan klien ketika konsultasi bisnis, maka temuan penelitiannya ialah bahwa bentuk komunikasi non verbal yang paling sering digunakan konsultan dan klien ketika berkomunikasi adalah berjabat tangan, ekspresi wajah, kontak mata, sikap tubuh, pakaian yang rapi, performance yang baik, dan vokal suara dengan intonasi yang jelas.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Demi menghasilkan suatu teori baru atau mengembangkan teori yang sudah ada maka hasil temuan dalam penelitian ini dicari relevansinya dengan teori-teori yang sudah ada dan berlaku dalam dunia ilmu pengetahuan. Sebagai langkah lanjutan penulis akan mengkonfirmasi atau membandingkan temuan penelitian dengan kesesuaian teori tersebut.

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian komunikasi konsultasi bisnis, ketika dikonfirmasi antara temuan peneliti selama berada di lapangan dengan teori ternyata memiliki kesesuaian, berikut penjelasannya :

1. Motivasi Klien Melakukan Konsultasi Bisnis

Setiap klien yang datang ke klinik KUMKM maupun mobile klinik tentunya mempunyai motivasi yang berbeda-beda, mereka datang didasari

dengan alasan dan motivasi yang kuat hingga memutuskan untuk mendatangi klinik atau mobile klinik. Salah satu motivasi yang paling mendasar ialah kebutuhan untuk memajukan tingkat kehidupan. Teori yang sesuai dengan motivasi ini adalah teori motivasi dari Herzberg. Menurut Herzberg ada dua jenis faktor yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan dan menjauhkan diri dari ketidakpuasan. Dua faktor itu disebutnya faktor *higiene* (faktor ekstrinsik) dan faktor motivator (faktor intrinsik). Faktor *higiene* memotivasi seseorang untuk keluar dari ketidakpuasan, termasuk didalamnya adalah hubungan antar manusia, imbalan, kondisi lingkungan, dan sebagainya (faktor ekstrinsik), sedangkan faktor motivator memotivasi seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan, yang termasuk di dalamnya adalah *achievement*, pengakuan, kemajuan, tingkat kehidupan, (faktor intrinsik).¹

Faktor motivasi seperti *achievement*, pengakuan, tingkat kehidupan adalah yang paling ingin dicapai oleh seorang klien konsultasi bisnis. Mereka tentunya menginginkan bisnisnya berkembang dan maju hingga dapat meningkatkan derajat hidupnya. Demi mencapai tujuan tersebut mereka akan menjalani proses-proses seperti pencarian modal, perijinan, pemasaran, manajemen, strategi, dan lain-lain. Untuk memperlancar proses tersebut mereka akan melakukan berbagai cara seperti salah satunya adalah melakukan konsultasi bisnis, dan semua upaya tersebut akan bermuara pada motivasi

¹ Solehudin Murpi, *Manajemen Bisnis Untuk Orang Awam* (Bekasi : Laskar Aksara, 2012), Hlm. 7.

awal yaitu faktor motivator untuk mendapatkan pengakuan, dan peningkatan taraf kehidupan.

Sedangkan dari faktor *higiene* ialah seorang klien tentunya ingin keluar dari ketidakpuasan hidup mereka yang sebelumnya. Mereka terus berusaha meningkatkan kualitas hidupnya, salah satunya ialah dengan cara melakukan konsultasi bisnis dengan tujuan agar konsultan memberikan saran dan masukan pada bisnisnya agar dapat berkembang dan mencapai kesuksesan. Dorongan tersebut berasal dari luar diri mereka seperti ketika melihat banyak teman mereka telah sukses dalam berbisnis.

2. Proses Komunikasi Konsultasi Bisnis

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikator dengan komunikaturnya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi. Disini proses komunikasi terjadi ketika ada interaksi antara konsultan bisnis dengan klien ketika membicarakan masalah klien. Tahapan proses komunikasi yang terjadi antara konsultan dan klien adalah sebagai berikut :

a. Penginterpretasian

Hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikir dan rasakan ke dalam pesan. Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan disebut *interpreting*.

Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai komunikator adalah konsultan bisnis, peran seorang komunikator atau konsultan bisnis mulai dibutuhkan ketika klien menyampaikan motivasinya berkonsultasi, seperti saat klien menceritakan masalah bisnis yang sedang ia alami, seperti masalah permodalan, masalah pengembangan dan manajemen usaha, masalah pemilihan bisnis yang tepat, masalah perijinan, dan masalah pemasaran. Selanjutnya konsultan mulai menginterpretasi isi pesan yang disampaikan oleh klien. Konsultan menangkap permasalahan apa yang sebenarnya di keluhkan oleh klien dan mulai melakukan penafsiran, ia melakukan proses interpretasi tersebut dengan cara mendengarkan isi pesan yang disampaikan klien serta mengamati bahasa tubuh yang digunakan oleh klien.

b. Penyandian

Tahap ini masih ada dalam komunikator dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut *encoding*, akal budi manusia berfungsi sebagai *encoder*, alat penyandi yaitu merubah pesan abstrak menjadi konkret.

Pada tahap ini konsultan mulai mengembangkan hasil interpretasinya yang masih abstrak ke dalam lambang-lambang komunikasi. Lambang-lambang tersebut diwujudkan dengan munculnya sebuah kode-kode yang mengarah pada pesan jawaban yang dibutuhkan oleh klien. Seperti konsultan ketika mulai menemukan masalah apa yang sebenarnya diderita oleh klien. Karena tidak semua masalah awal yang sebelumnya telah disampaikan klien merupakan masalah yang sesungguhnya. Konsultan perlu menggali lebih dalam lagi sebelum menjawab dan menentukan solusi yang tepat untuk masalah kliennya.

c. Pengiriman

Proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut *transmitter*, alat pengirim pesan.

Setelah konsultan menemukan kode atau pesan yang sesuai maka konsultan mulai menyalurkannya dalam bentuk kata-kata untuk disampaikan pada klien. Dalam penyampaian kata-kata tersebut dapat dikatakan secara langsung ketika bertatap muka dengan klien maupun ketika terjadi komunikasi melalui alat komunikasi seperti handphone dan internet. Dalam proses pengiriman pesan tersebut konsultan menyampaikan langkah-langkah apa saja yang harus klien tempuh dalam waktu dekat ini, sikap-sikap apa saja yang harus klien ambil dan bila diperlukan konsultan akan memberikan pendampingan ke perbankan atau lembaga yang terkait dengan masalah yang dikeluhkan oleh klien.

d. Perjalanan

Tahapan ini terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan. Disini pesan yang sampaikan konsultan untuk menjawab masalah klien mulai pada tahap perjalanan hingga pesan tersebut diterima oleh klien.

Pada proses perjalanan tersebut konsultan tidak mengalami kesulitan apapun karena mereka menjalankan tugasnya sesuai dengan porsi yang harus ia terapkan berdasarkan SOP yang sudah ditetapkan di Klinik KUMKM Provinsi Jawa Timur.

e. Penerimaan

Tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi dari konsultan pada klien. Klien mulai menangkap pesan tersebut dan mulai mencerna apakah pesan yang disampaikan oleh konsultan sesuai dengan masalah yang telah diutarakan klien sebelumnya. Setelah pesan tersebut diterima oleh klien, ia akan mengoreksinya kembali dan mengecek kesesuaian pesan tersebut dengan maksud klien yang sebenarnya, selanjutnya ia mulai memikirkan untuk menentukan pesan balasan yang akan disampaikan pada konsultan bisnis. Pada tahap penerimaan ini ekspresi klien selalu menunjukkan sikap sangat antusias terhadap pesan yang disampaikan oleh konsultan bisnis. Sehingga proses penerimaan ini berjalan dengan baik dan jarang terjadi *miss communication*.

f. Penyandian balik

Tahap ini terjadi pada diri komunikan sejak lambang komunikasi diterima melalui peralatan yang berfungsi sebagai *receiver* hingga akal budinya berhasil menguraikannya (*decoding*).

Sama halnya ketika konsultan mulai melakukan penyandian pada pesan yang akan ia sampaikan pada klien, disini klien juga melakukan hal yang sama untuk mulai menyusun kode-kode yang akan ia sampaikan melalui kata-kata, tentunya yang sesuai dengan jawaban konsultan

sebelumnya. Kata-kata tersebut seperti menanyakan kembali apabila pesan yang disampaikan oleh konsultan kurang jelas, atau mungkin ia menyampaikan kode-kode pesan yang bermaksud menyetujui atau menolak pesan komunikasi yang sebelumnya telah disampaikan oleh konsultan bisnis.

g. Penginterpretasian

Tahap ini terjadi pada komunikasi, sejak lambang komunikasi berhasil diuraikan dalam bentuk pesan.

Setelah proses komunikasi berlangsung diantara dua pihak, disini klien sebagai pihak yang membutuhkan jawaban mulai menginterpretasi rekaman-rekaman pembicaraannya dengan konsultan. Ia mulai menggali kembali dan mencari pesan-pesan yang sesuai dan dapat ia terapkan untuk menentukan langkah awalnya. Tahap interpretasi ini digunakan klien agar bisa menentukan sendiri langkah-langkah yang harus ia tempuh untuk menyelesaikan masalah bisnisnya, berdasarkan komunikasi yang telah ia bangun dengan konsultan.²

3. Peran Konsultan Bisnis Sebagai Agen Perubahan

Dalam melaksanakan tugasnya seorang konsultan bisnis dapat disebut sebagai agen perubahan apabila menjalankan peran-peran yang biasa

² Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 11.

dilakukan oleh seorang agen perubahan. Ada tujuh peran agen perubahan yang dapat diidentifikasi dalam proses mengenalkan sebuah inovasi kepada suatu sistem klien. Setelah di konfirmasi dengan temuan penelitian, maka dipilih enam peran konsultan bisnis yang sesuai dengan peranan seorang agen perubahan :

a. *Untuk mengembangkan kebutuhan akan perubahan pada klien*

Seorang agen perubahan awalnya sering membantu klien menjadi sadar akan kebutuhan untuk merubah sikap/tingkah laku mereka. Dalam tujuan untuk memulai proses perubahan, agen perubahan mengusulkan alternatif baru dari masalah yang terjadi, menguraikan dengan baik dan menjelaskan pentingnya masalah tersebut untuk diatasi, dan meyakinkan klien bahwa mereka mampu untuk menghadapi masalah tersebut. Agen perubahan menilai kebutuhan klien sangat penting pada tahap ini dan juga mencoba membantu klien untuk mendapat kebutuhan yang lebih baik.

Dalam penelitian ini konsultan bisnis sebagai agen perubahan selalu berupaya memberikan semangat pada klien agar tidak mudah putus asa dalam proses mengembangkan usahanya. Konsultan bisnis juga menyarankan pada klien agar bisa merubah sikap dan mindsetnya agar lebih siap menghadapi dunia usaha, karena dunia usaha bukanlah dunia yang dapat dengan mudah dikuasai tanpa manajemen perilaku dan pikiran yang matang. Konsultan selalu menekankan pada klien agar tidak pernah

jauh dari ajaran agama, karena melalui pendalaman agama yang matang klien dapat menemukan alternatif dari setiap masalah bisnis yang dihadapi, karena tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan apabila seseorang memiliki keyakinan yang kuat terhadap agamanya.

Konsultan bisnis di Klinik KUMKM selalu mencoba memahami masalah klien dan akan membantu menemukan solusinya hingga tuntas tanpa ada batasan dalam memberikan pelayanan. Hal ini ditunjukkan konsultan dengan menerima konsultasi lanjutan dari klien meskipun melalui media telepon, *email*, maupun bertemu kembali di tempat selain Klinik Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur.

b. *Untuk membuat sebuah hubungan pertukaran informasi*

Ketika kebutuhan akan perubahan dibuat/diciptakan, seorang agen perubahan harus mengembangkan hubungan dengan kliennya. Agen perubahan dapat meningkatkan hubungan dengan klien dengan sikap dapat dipercaya (*credible*), kompeten, dan terpercaya (*trustworthy*) dan juga empati terhadap kebutuhan dan masalah klien. Klien harus menerima agen perubahan sebelum mereka akan menerima inovasi yang dipromosikannya. Inovasi dinilai pada dasar bagaimana agen perubahan itu dirasakan oleh klien.

Sebagai agen perubahan, konsultan bisnis di klinik KUMKM menunjukkan sikap dapat dipercaya ialah melalui penampilan dan gaya

komunikasi yang meyakinkan. Dalam hal penampilan konsultan dituntut untuk selalu berpakaian rapi sesuai dengan SOP yang sudah ditentukan oleh pihak klinik, dan dari gaya komunikasi para konsultan selalu berusaha sopan dan menghormati klien, serta menyesuaikan gaya komunikasinya dengan gaya komunikasi klien. Dengan begitu klien akan merasa nyaman dan akan dengan mudah mempercayai konsultan sehingga mau mendengarkan penjelasan konsultan dan akan menuruti semua saran-saran yang diberikan konsultan untuk mengatasi masalah bisnisnya.

Konsultan di Klinik KUMKM dipilih dan diseleksi secara ketat dengan memperhatikan kompetensi dan kesuaian latar belakang pendidikannya dengan profesi seorang konsultan. Sehingga konsultan di Klinik KUMKM merupakan tenaga ahli di bidang bisnis yang sudah berkompeten dan tidak diragukan lagi kapasitasnya.

Para konsultan di Klinik KUMKM kebanyakan merupakan dosen mata kuliah *entrepreneur* di Universitas terkemuka, sehingga secara pengalaman, para konsultan sudah tidak diragukan lagi apabila dijadikan sebagai tenaga konsultan bisnis yang terpercaya.

Rasa empati ditunjukkan konsultan bisnis dengan tidak meminta *fee* apabila ada klien yang ingin melanjutkan konsultasi di tempat lain, selain Klinik KUMKM Provinsi Jawa Timur.

c. Untuk menganalisis masalah klien

Agen perubahan bertanggungjawab untuk menganalisis masalah para klien untuk menentukan mengapa alternatif yang ada tidak cocok dengan kebutuhan mereka. Dalam menuju kesimpulan analisis, agen perubahan harus melihat situasi dengan empatik dari sudut pandang klien. Disini konsultan bisnis selalu mencoba untuk mengetahui masalah apa yang dihadapi klien dengan cara mendiagnosanya terlebih dahulu dan mencoba menemukan inovasi atau solusi yang paling tepat.

d. *Untuk menumbuhkan niat berubah pada klien*

Setelah agen perubahan mengeksplorasi/menyelidiki bermacam-macam kesempatan dari tindakan yang dapat mengantarkan klien mencapai tujuan mereka, agen perubahan mencari cara agar mereka tertarik dengan inovasi.

Konsultan bisnis di Klinik KUMKM ini tidak pernah langsung percaya dengan masalah awal yang diungkapkan klien, mereka terus menyelidiki dan mendiagnosa serta mencari tahu masalah apa yang sebenarnya di derita oleh klien, mereka menyelidikinya melalui pendekatan komunikasi pada klien hingga mendapatkan jawaban masalah yang sebenarnya. Selain hanya mendiagnosa permasalahan, konsultan juga

tentunya memberikan sebuah solusi atau inovasi baru yang dapat menyelesaikan masalah tersebut dan tetap mendampingi sampai masalah tersebut terselesaikan.

e. *Untuk menerjemahkan niat klien ke dalam tindakan*

Konsultan bisnis mencoba untuk mempengaruhi sikap klien dalam menyesuaikan saran/rekomendasi berdasarkan kebutuhan para klien. Jaringan interpersonal mempengaruhi dari pengamatan jarak dekat yang paling penting pada tahap persuasi dan keputusan dalam proses pengambilan keputusan inovasi, dilakukan dengan pendekatan komunikasi interpersonal yang efektif, meskipun melalui telepon konsultan bisnis tetap memantau perilaku klien hingga inovasi yang diberikan dapat diterapkan.

f. *Untuk mencapai sebuah hubungan yang berulang-ulang*

Tujuan akhir dari agen perubahan adalah untuk mengembangkan sikap memperbaharui diri (*self-renewing*) dalam bagian dari klien. Ketika perubahan telah terjadi pada klien dan dipandang telah stabil, maka seorang agen perubahan harus dapat menarik dirinya untuk keluar dari urusan dengan mengembangkan kemampuan klien untuk menjadi *change agent* bagi dirinya sendiri. Dengan kata lain, *change agent* berusaha untuk merubah sistem klien dari posisi mempercayai *change agent* menjadi mempercayai dirinya sendiri atau seseorang dari kalangan mereka sendiri.

Ketika klien telah berhasil mengembangkan usahanya, maka konsultan bisnis di Klinik KUMKM berupaya untuk menjadikan klien tersebut sebagai pelatih atau tenaga pengajar *short course* yang ada di klinik KUMKM. Pengusaha yang paling sering dijadikan tenaga pengajar di *shortcourse* biasanya paling banyak bergerak di bidang kerajinan tangan, makanan, dan minuman. Dan kebanyakan mereka sukses setelah memanfaatkan berbagai layanan di Klinik KUMKM terutama layanan konsultasi bisnis.³

4. Pentingnya Etika Dalam Berbisnis

Lima prinsip etika bisnis menurut Sonny Keraf (1998) menjelaskan bahwa prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut :

a. Prinsip Otonomi

Yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Dalam setiap sesi konsultasi bisnis yang dilakukan dengan klien-kliennya, konsultan bisnis selalu mengingatkan pada klien agar jangan sampai salah dalam bertindak dan mengambil keputusan, setiap langkah yang akan diambil klien harus dipikirkan terlebih dahulu dan jangan sampai ada pihak yang dirugikan dalam pengambilan langkah tersebut.

³ Everret M. Rogers, *Diffusion of Innovations* (New York : The Free Press, 1995), hlm.79.

b. Prinsip Kejujuran

Dalam menerapkan prinsip kejujuran, konsultan bisnis menjelaskan bahwa kegiatan bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja dengan partner bisnisnya.

c. Prinsip Keadilan

Konsultan juga mengarahkan agar klien selalu bersikap adil, baik dengan partner bisnis maupun dengan pelanggannya. Segala tindakan yang ditempuh harus berdasarkan pemikiran yang rasional dan obyektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.

d. Prinsip Saling Menguntungkan (Mutual Benefit Principle)

Konsultan juga mengajarkan tentang indahnya sebuah bisnis apabila dijalankan bersama-sama sehingga dapat menguntungkan semua pihak. Karena dengan melibatkan banyak orang dan dapat saling menguntungkan, maka akan banyak orang yang akan membantu dan mendoakan bisnis kita agar bisa bertahan di segala zaman. Saran konsultan pada klien ialah agar tidak ada keegoisan dalam berbisnis, karena manusia adalah makhluk sosial yang dapat membangun kerjasama

demikian tujuan bersama. Maka seringkali konsultan menyarankan agar para klien dapat mendirikan koperasi, karena prinsip koperasi adalah membangun kerjasama dengan siapapun yang ingin menjadi anggota, dan tujuannya ialah untuk mencapai kesejahteraan bagi seluruh anggotanya.

e. Prinsip Integritas Moral

Terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan atau orang-orangnya maupun perusahaannya. Dalam hal ini konsultan juga menekankan tentang pentingnya nama baik sebuah perusahaan. Jadi setiap klien yang akan membuka bisnis harus menjaga nama baik bisnisnya mulai awal akan dibuka dan untuk seterusnya. Ini berguna untuk membangun citra positif pada perusahaan agar konsumen menaruh kepercayaan dan bisa menjalin hubungan kerjasama yang berkelanjutan.

5. Perbedaan yang Timbul Dalam Komunikasi Konsultasi Bisnis

Stewart L. Tubs dan Sylvia Moss, menyebutkan beberapa yang mungkin timbul di dalam menghadapi perbedaan diantaranya :

a. Perbedaan Bahasa Dalam Bahasa Verbal

Klinik KUMKM Provinsi Jawa Timur merupakan lembaga milik pemerintah yang dibangun untuk memfasilitasi masyarakat secara umum,

dengan menyediakan berbagai layanan-layanan yang mendukung masyarakat untuk berwirausaha atau berbisnis. Karena disediakan untuk masyarakat umum, maka pengunjung klinik tidak hanya berasal dari sekitar lingkungan klinik saja, mereka banyak berasal dari penduduk Jawa Timur hingga luar pulau dan bahkan luar negeri. Hal ini memunculkan perbedaan budaya dan sikap antara konsultan bisnis dan kliennya. Sehingga terkadang ada perbedaan dalam pemberian makna terhadap simbol-simbol yang muncul ketika melakukan komunikasi antara konsultan dan klien. Misalnya dari perbedaan bahasa, ucapan sapaan, dan simbol-simbol verbal lainnya bergantung pada realitas yang berbeda pula, yang dialami oleh tiap individu serta tergantung pada kebiasaan yang berlaku di wilayah masing-masing.

Latar belakang dari tiap-tiap klien tidak membuat konsultan merasa kesulitan dalam berkomunikasi, mereka selalu mencoba menyesuaikan diri dengan bahasa yang dipakai kliennya, untuk mengimbangnya para konsultan selalu menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar pada setiap klien yang berkunjung di klinik. Khusus untuk klien yang berasal dari luar negeri, para konsultan akan memakai bahasa International yaitu Bahasa Inggris atau menggunakan jasa *translater* agar komunikasi bisa berjalan dengan lancar dan tidak terjadi *miss communication* di antara dua belah pihak.

b. Pesan Verbal yang Memadai

Ketika dua orang yang berbeda sedang berinteraksi, perbedaan di dalam cara berbahasa dapat saja mempengaruhi interaksi yang terjadi. Misalnya ketika konsultan mengucapkan salam "assalamu'alaikum" pada klien yang non muslim, mungkin klien tersebut akan merasa sedikit tersinggung karena merasa tidak dihargai, hal ini akan berakibat fatal pada proses komunikasi selanjutnya. Kesalahan penggunaan kata salam ini dapat berlanjut apabila kedua belah pihak tidak dapat saling memahami.

Walaupun terdapat perbedaan yang disebabkan karena latar belakang yang berbeda, hal demikian tidak menjadi hambatan konsultan untuk melakukan komunikasi dengan setiap kliennya, konsultan di Klinik KUMKM mengerti tentang artinya memahami lawan bicaranya. Bagaimana cara konsultan berkomunikasi dengan klien sudah ia pekirakan secara matang dengan modal pengalaman berkomunikasi dengan berbagai orang yang berbeda. Karena profesi lain dari konsultan bisnis di klinik KUMKM banyak berasal dari kalangan psikolog dan dosen.

c. Pesan Non Verbal

Ekspresi wajah, pandangan mata, postur dan gerakan tubuh, isyarat, sentuhan, pakaian, diam, ruang, dan waktu serta suara merupakan simbol-simbol non verbal yang biasa digunakan dalam komunikasi antara konsultan dan klien di klinik KUMKM Provinsi Jawa Timur. Bahasa non

verbal digunakan sebagai pendukung ketika melakukan komunikasi untuk menekankan titik tertentu dalam percakapan.

Pakaian juga merupakan simbol komunikasi non verbal yang bisa ditampilkan. Pakaian rapi yang dikenakan oleh konsultan juga diharapkan mampu membangun kesan professional di benak klien. Pakaian tersebut juga merupakan bentuk komunikasi non verbal yang bertujuan untuk menunjukkan identitas diri atau kelompok. Tidak ada pakaian khusus yang wajib dikenakan oleh konsultan bisnis, mereka hanya dituntut untuk selalu berpakaian rapi ketika menjalankan profesinya sebagai seorang konsultan bisnis.⁴

6. Simbol Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Sistem komunikasi non verbal, sama seperti komunikasi verbal, bervariasi dari satu orang ke orang lain. Tetapi kita sering kali meremehkan sifat simbolik dari sistem ini. Kesalahan menggunakan simbol-simbol dapat menciptakan beda persepsi dan timbul salah paham hingga akhirnya terjadi konflik sosial.

Blumer mengemukakan tiga prinsip dasar interaksi simbolik yang berhubungan dengan *meaning, language, dan thought*.

⁴ Maryaeni, *Metode Penelitian Kebudayaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm. 1.

a. *Meaning* (makna) : Konstruksi Realitas Sosial

Perilaku seseorang terhadap sebuah objek atau orang lain ditentukan oleh makna yang dia pahami tentang objek atau orang tersebut. Seperti ketika konsultan menjelaskan pada klien dan melengkapi komunikasinya menggunakan media tulisan atau gambar. Tulisan dan gambar ini seringkali konsultan pakai untuk menggambarkan bagaimana pembuatan proposal, bisnis plan, prospek usaha, perhitungan usaha, dll. Gambar dan tulisan ini dimaknai oleh klien sebagai salah satu bagian dari komunikasi. Konsultan berhak menggunakan media alternatif apa saja demi mendukung proses komunikasi yang berlangsung.

b. *Language* (bahasa) : Sumber Makna

Seseorang memperoleh makna atas sesuatu hal melalui interaksi. Sehingga dapat dikatakan bahwa makna adalah hasil interaksi sosial. Makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Bahasa adalah bentuk dari simbol.

Hal ini juga dialami oleh konsultan apabila menerima klien yang ketika perama kali tiba di klinik mengucapkan salam "assalamu'alaikum". Maka dengan sendirinya konsultan akan memberi makna atas kata salam tersebut sebagai sebuah ucapan salam yang paling sering digunakan oleh orang islam. Jadi konsultan akan langsung memaknai bahwa klien yang datang saat itu beragama islam, meskipun tidak mengenakan pakaian yang

melambangkan bahwa klien tersebut beragama islam, seperti menggunakan kerudung atau peci.

Berdasarkan makna yang dipahaminya dari ucapan salam "assalamu'alaikum" seseorang kemudian dapat memberikan penilaian untuk membedakan suatu objek, sifat atau tindakan dengan objek, sifat atau tindakan lainnya.

c. *Thought* (Pemikiran) : Proses Pengambilan Pesan Orang lain

Seseorang dimodifikasi oleh proses pemikirannya. Secara sederhana proses ini menjelaskan bahwa seseorang melakukan dialog dengan dirinya sendiri ketika ketika berhadapan dengan sebuah situasi tersebut.

Ketika berkomunikasi dengan orang lain, seseorang akan menempatkan dirinya sebagai orang yang diajak bicara, sehingga dia dapat menentukan sikap seperti apa yang akan dia lakukan ketika akan berkomunikasi.

Misalnya ketika konsultan bisnis berkomunikasi dengan klien, maka konsultan akan berusaha mengimbangi bahasa yang digunakan klien. Konsultan bisnis terlebih dahulu mencari tahu asal usul klien sehingga ia dapat menyesuaikan cara komunikasinya dengan orang yang sedang ia hadapi. Konsultan bisnis akan membaca klien dari awal perkenalan dengan mengamati bahasa komunikasi dan bahasa tubuh dari

kliennya, selain itu konsultan juga melihat dari sisi pakaian dan penampilan klien sehingga ia tahu latar belakang klien dan tahu bagaimana seharusnya ia harus berkomunikasi dengan klien.

7. Makna Komunikasi Verbal dan Non Verbal Dalam Konsultasi Bisnis

Teori berikutnya berasal dari pemikiran Blumer mengenai interaksi simbolik dengan tiga dasar pemikiran penting, yang dikonfirmasi dengan temuan yang ada, yaitu :

- a. Manusia berperilaku terhadap hal-hal berdasarkan makna yang dimiliki hal-hal tersebut baginya. Hal ini juga dialami oleh klien di klinik KUMKM, mereka akan memaknai segala perilaku yang disampaikan oleh konsultan baik secara verbal maupun non verbal. Saat konsultan menunjukkan sikapnya seperti sedikit ketus, mimik wajah yang cemberut, nada suara yang tinggi, intonasi yang terlalu cepat, serta sikap kurang menghargai, akan membuat klien merasa bahwa kehadirannya kurang diterima, dan klien merasa tidak nyaman sehingga ingin mengakhiri pembicaraan lebih cepat. Dan sebaliknya apabila konsultan menunjukkan raut wajah yang ramah dibarengi senyum dan sapa maka klien akan merasa nyaman dan merasa dihargai, sehingga klien akan mampu menceritakan masalah bisnis yang sedang ia alami secara tuntas hingga menemukan solusi yang paling tepat. Klien pun akan menjadi sangat betah

dan nyaman berbincang-bincang dengan konsultan bisnis di klinik KUMKM.

- b. Makna hal-hal itu berasal dari, atau muncul dari, interaksi sosial yang pernah dilakukan dengan orang lain. Ketika klien pertama kali mengunjungi klinik dan bertemu dengan konsultan bisnis, maka konsultan akan dengan spontanitas memperkenalkan diri dan mengulurkan tangannya untuk berjabat tangan dengan klien. Maka berjabat tangan dimaknai sebagai simbol komunikasi non verbal untuk membuka pembicaraan lebih lanjut antara konsultan dan klien. Disini interaksi antara konsultan dan klien dimulai dari proses jabat tangan hingga memunculkan makna-makna simbol yang positif di benak klien. Makna positif lain berasal dari kata salam yang diucapkan oleh konsultan pada klien, seperti ucapan "selamat pagi" atau "selamat siang" dan dilanjutkan dengan ucapan "ada yang bisa saya bantu", kata salam tersebut membentuk citra diri seorang konsultan yang ramah dan bersahabat dengan klien serta mau melayani segala kebutuhan klien. Disini klien akan merasa dihargai dan memaknai bahwa konsultan memberikan layanan konsultasi dengan sangat baik.
- c. Makna-makna itu dikelola dalam, dan diubah melalui proses penafsiran yang dipergunakan oleh orang yang berkaitan dengan hal-hal yang dijumpainya. Istilah-istilah bisnis tidak akan langsung dapat dipahami oleh pengusaha baru. Istilah yang paling sering digunakan oleh konsultan

saat menjelaskan tentang cara pengembangan bisnis ialah pasar. Pasar dimaknai seorang konsultan sebagai konsumen atau target orang yang harus dianalisis sehingga produk yang diproduksi oleh pengusaha dapat diterima pasar dan sudah memiliki segmentasi pasar/konsumen yang jelas. Pasar dalam istilah bisnis sudah sangat familiar dipakai pebisnis, namun bagi sebagian orang yang masih awam mengenai bisnis akan menganggap pasar sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli. Makna yang diberikan terhadap kata pasar dari tiap-tiap orang akan berbeda ketika mereka menjumpainya dalam interaksi yang berbeda.⁵

Teori interaksionisme simbolik berorientasi pada prinsip bahwa orang-orang merespon makna yang mereka bangun sejauh mereka berinteraksi satu sama lain.

Hal ini berarti manusia berkomunikasi menggunakan verbal dan non verbal. Verbal merupakan simbol, non verbal juga merupakan simbol. Begitu penting bagi manusia untuk menggunakan simbol dengan tepat sasaran dan saling dimengerti oleh komunikan dan komunikator.

⁵ Onong Uchjana E, *Ilmu Teori & filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya, 2000).