

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Obyek Penelitian ³⁷

A. Keadaan Geografis

Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Surabaya adalah salah satu kelurahan yang berada dalam wilayah kota Surabaya yang terdiri dari 10 RW (rukun warga) dan 63 RT (rukun tetangga), dengan luas \pm 164,321 Ha, yang jika dilihat dari batas wilayahnya Kelurahan Jemur Wonosari ini berbatasan dengan:

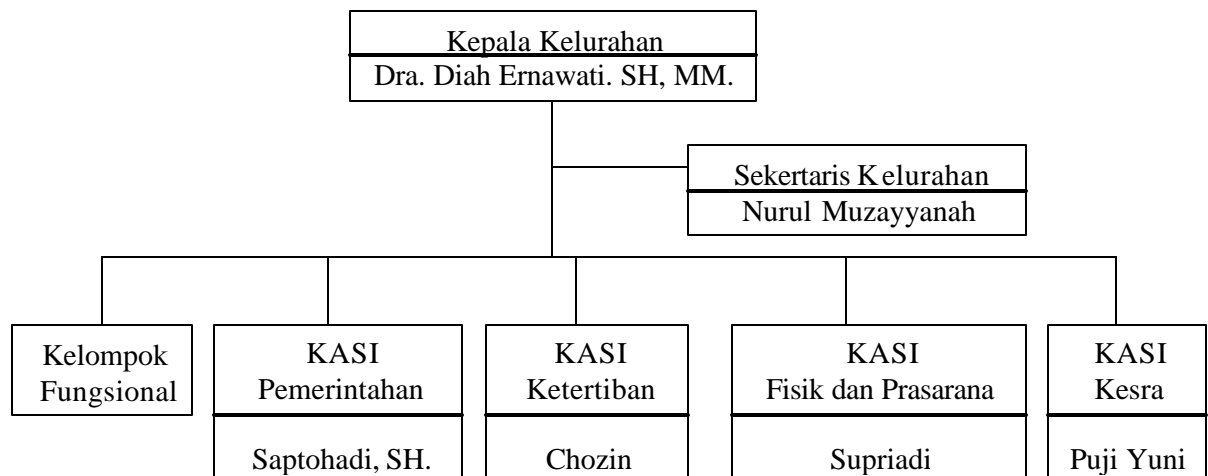
Sebelah barat : Kelurahan Ketintang

Sebelah timur : Kelurahan Kendang Sari

Sebelah utara : Kelurahan Margorejo

Sebelah selatan : Kelurahan Siwalan Kerto

2. Struktur Organisasi Kelurahan Jemur Wonosari



³⁷ Data kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Surabaya tahun 2010 yang diolah oleh peneliti.

3. Data Monografi Penduduk

Jumlah penduduk di Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Surabaya adalah 22.189 dengan rincian laki-laki 11.147 dan perempuan 11.042 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 5.925 kemudian, lebih lanjutnya tentang kondisi masyarakat Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Surabaya akan dipaparkan dalam bentuk tabel-tabel berikut ini:

TABEL 1

Komposisi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk(Jiwa)
1.	Perempuan	10.996
2.	Laki-laki	11.105
Jumlah		22101

TABEL 2

Penduduk berdasarkan Agama

No.	Agama Yang Dianut	Jumlah (Jiwa)
1.	Islam	19.186
2.	Kristen Protestan	1.730
3.	Katolik	1.032
4.	Hindu	72
5.	Budha	169
Jumlah		22.189

Dilihat dari data diatas ternyata jumlah penduduk terbanyak di Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonoc olo Surabaya adalah beragama Islam, sedangkan yang beragama Kristen Protestan berada pada urutan kedua dengan jumlah 1.730 dan Katolik sebanyak 1.032 jiwa. Adapun agama Hindu berjumlah 72 dan Budha 169 orang pada Keluhan Jemur Wonosari ini.

Kemudian, untuk jumlah penduduk menurut usia dapat disampaikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 3

Komposisi Penduduk Menurut Usia

No.	Usia	Jumlah (Jiwa)
1.	5 Tahun Ke Bawah	3.226
2.	6 s/d 9 Tahun	2.618
3.	10 s/d 16 Tahun	3.582
4.	17 Tahun	3.180
5.	18 s/d 25	3.212
6.	26 s/d 40	2.765
7.	41 s/d 50	2.799
8.	Di atas 60 Tahun	807
Jumlah		22.189

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk kelompok pendidikan usia 5 tahun kebawah sebanyak 3.226 jiwa, untuk

usia 6 hingga 9 tahun sebanyak 2.618 jiwa, untuk usia 10-16 tahun terdapat 3.582 jiwa, untuk usia 17 tahun sebanyak 3.180, untuk 18 hingga 25 tahun yakni 3.212, sedangkan untuk usia 26-40 tahun sebanyak 2.765, kemudian untuk usia 41- 50 tahun yaitu 2.799 dan di atas 60 tahun sebanyak 807.

Kemudian untuk kondisi masyarakat Kelurahan Jemur Wonosari Kec. Wonocolo Surabaya menurut jenis pekerjaannya adalah dari urutan pertama yaitu orang yang belum bekerja sebanyak 7.367, pedagang 983, pegawai negeri sipil 268, kemudian anggota TNI sebanyak 267, anggota POLRI 59, purnawirawan TNI 75 sedangkan untuk purnawiran POLRI sebanyak 49.

Beranjak pada pensiunan PNS sebanyak 437, pegawai swasta 6.459, wiraswasta 587, buruh 514, pembantu 373, pelajar 11, mahasiswa 286, dokter 79, guru atau dosen 713, tenaga medis 98, pejabat negara 15 sedangkan sisanya sebanyak 3.549 masuk pada lain-lain.

TABEL 4

Jumlah Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)
1.	Belum Bekerja	7.367
2.	Pedagang	983
3.	Pegawai Negeri Sipil	268
4.	Anggota TNI	267
5.	Anggota POLRI	59

6.	Pensiunan PNS	437
7.	Pegawai Swasta	6.459
8.	Wiraswasta	587
9.	Buruh	514
10.	Pembantu	373
11.	Pelajar	11
12.	Mahasiswa	286
13.	Dokter	79
14.	Guru/Dosen	713
15.	Tenaga Medis	98
16.	Pejabat Negara	15
17.	Purnawirawan TNI	75
18.	Purnawirawan POLRI	49
19.	Lain-lain	3.549
Jumlah		22. 189

Adapun untuk kondisi penduduk Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Surabaya menurut tingkat pendidikannya- menurut tabel dibawa dapat dikategorisasikan dalam 8 jenjang pendidikan yaitu: untuk tingkat Sekolah Dasar sebanyak 1.930, untuk tingkat SLTP 2.473, untuk SMA sebanyak 3.406, sedangkan untuk tingkatan akademi 609 dan Diploma 506, sedangkan untuk lulusan S1 sebanyak 490, lulusan S2 Sebanyak 26 dan untuk lulusan S3 sebanyak 10 orang.

TABEL 5**Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)
1.	Sekolah Dasar	1930
2.	SLTP	2.473
3.	SLTA	3.406
4.	Akademi	609
5.	Diploma	506
6.	S1	490
7.	S2	26
8.	S3	10
Jumlah		9.450

TABEL 6

**Gambaran Industri di Kelurahan Jemur Wonosari Kec. Wonocolo
Surabaya**

No.	Bentuk Industri	Jumlah (Buah)
1.	Besar	21
2.	Sedang	32
3.	Kecil	53
4.	Rumah Tangga	12
	Jumlah	118

Selanjutnya, menurut tabel di atas dapat dilihat tentang gambaran kondisi industri di Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Surabaya adalah terdiri dari bentuk industri besar sebanyak 21 buah, sedang 32 dan kecil 52, sedangkan untuk industri rumah tangga tidak ada.

Sedangkan gambaran ekonomi masyarakat Kelurahan Jemur Wonosari Kec. Wonocolo Surabaya menurut kategorisasi usia penduduk antara 15-55 maka terdiri dari masyarakat angkatan kerja sebanyak 103 laki-laki dan 86 perempuan, untuk yang masih sekolah sebanyak 205 laki-laki dan 192 perempuan, untuk rumah tangga sebanyak 613 perempuan, sedangkan yang bekerja penuh adalah 1140 laki-laki dan 756 perempuan serta yang bekerja tidak tentu sebanyak 75 laki-laki dan 45 perempuan. Kemudian untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

TABEL 7

**Gambaran Ekonomi di Kelurahan Jemur Wonosari Kec. Wonocolo
Surabaya**

No.	Kategorisasi Penduduk	Laki-Laki	Perempuan
1.	Usia 15-55 (angkatan kerja)	103	86
2.	Usia 15-55 (masih sekolah)	205	192
3.	Usia 15-55 (ibu rumah tangga)	-	612
4.	Usia 15-55 (bekerja penuh)	1140	756
5.	Usia 15-55 (bekerja tidak tentu)	75	45
	Jumlah	1523	1693

TABEL 8

**Gambaran Kemiskinan di Kelurahan Jemur Wonosari Kec. Wonocolo
Surabaya**

No.	Kategori Keluarga	Jumlah (Keluarga)
1.	Keluarga pra sejahtera	139
2.	Keluarga sejahtera 1	804
3.	keluarga sejahtera 2	1001
4.	keluarga sejahtera 3	1697
5.	keluarga sejahtera 3 plus	1064
Jumlah		4.702

Sebagai Kelurahan yang berada di kawasan industri, masyarakat Kelurahan Jemur Wonosari Kec. Wonocolo Surabaya terdiri dari berbagai kondisi kesejahteraan masyarakat. Dan ini terlihat dari tabel diatas bahwa untuk kepala keluarga 742 dengan keluarga pra sejahtera.115 keluarga, keluarga sejahtera (1) 55 keluarga, keluarga sejahtera (2) 257.keluarga, untuk keluarga sejahtera (3) sebanyak 192 keluarga dan untuk keluarga sejahtera 3 plus sebanyak 171 keluarga.

TABEL 9
RESPONDEN

No.	Nama Responden	Jenis Usaha
1.	Ibu Tri Isnaini	Pengusaha laundry
2.	Ibu Jamilani	Pengusaha jamu
3.	Ibu Luluk	Pengusaha Jajanan kue
4.	Ibu Wahyu	Pengusaha toko serba ada

Di Kelurahan Jemur Wonosari Kec. Wonocolo Surabaya yang menjadi daerah penelitian ini terdapat empat responden, sedangkan sebagai penguat apa yang disampaikan oleh responden peneliti melakukan *crosscheck* kepada para kayawan dan konsumen tetap pengusaha perempuan tersebut.

Untuk mengetahui lebih mendalam mengenai karakter subjek penelitian peneliti melakukan observasi mendalam mengenai kehidupan dan awal mula usaha para perempuan pengusaha Jemur Wonosari tersebut dimulai, berikut peneliti menyajikannya dalam profil perempuan pengusaha.

B. Profil Usaha Mikro Kecil Perempuan Pengusaha

a. Profil Ibu Tri Isnaini Pengusaha Laundry

Ibu Tri Isnaini adalah seorang ibu berumur 43 tahun yang memiliki keberanian tinggi untuk memulai bisnis laundry dengan modal pas-pasan dan tanpa mesin cuci, keberaniannya untuk bertindak dan tanpa banyak berhitung ternyata membawanya pada kesuksesan. Peneliti jarang

menemui orang seperti ibu Tri Isnani yang sungguh berani memulai langkah pertama dalam keterbatasan modal untuk membuka usaha laundry.

Ibu Tri Isnaini adalah seorang ibu rumah tangga biasa akan tetapi memiliki tekad kuat untuk membantu perekonomian keluarga dan ingin punya bisnis dan penghasilan sendiri, Sementara suaminya adalah seorang karyawan. Keinginannya adalah ingin mempunyai bisnis Laundry. Akan tetapi kendala datang dari diri suaminya yang tidak begitu paham dunia *entrepreneurship* yang ada dalam pikiran Ibu tri Isnaini bahwa membangun bisnis itu perlu persiapan, modal, prosedur, kelengkapan, dan sebagainya sehingga keinginan itu akhirnya hanya jadi angan-angan saja.

Akan tetapi dengan tekad yang kuat akhirnya ibu Tri Isnaini mengambil tindakan sendiri. Dengan cara mengambil informasi secara otodidak tentang dunia laundry dan dari sisa-sisa belanja serta tabungannya, terkumpul uang sebesar Rp 1.150.000. Bermodal uang tersebut dan melakukan konsep brosur ibu Tri Isnaini pergi kepercetakan. Karena ibu Tri tidak mengerti prosedur cetak mencetak dan memiliki ketakutan jika uang modal tersebut uangnya tidak cukup Ibu Tri Isnaini hanya berujar. “Ini saya ada uang Rp.800.000, tolong *bikin* brosur seperti ini isinya, terserah mau *dapet* berapa lembar”³⁸

³⁸ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Tri Isnaini, Pengusaha Laundry, tanggal 10 Juni 2010

Ibu Tri Isnaini takut jika bertanya tentang harga brosur, prediksi hitungan untuk membuka usaha laundry tidak dapat terlaksana. Akhirnya brosur nya selesai dicetak sekitar 10.000 lembar, dan berbekal sisa uang yang ada ibu Tri Isnaini mulai menyebarkan brosur laundry nya melalui agen yang info tentangnya di dapat oleh Ibu Tri Isnaini dari percetakan keseluruh daerah Kelurahan Jemur Wonosari Surabaya.

Isi brosur nya kurang lebih seperti ini:

Telah Dibuka Laundry “Ceria”

Garansi 125%

Cepat, Rapih dan Bersih

Sehari setelah brosur dibagikan betapa bahagianya Ibu Tri Isnaini karena telepon yang masuk adalah calon klien pertamanya. Rupanya ada salah seorang mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya, yang tertarik untuk laundry baju ahirnya terjadilah kesepakatan karena banyaknya laundry Ibu Tri Isnaini yang dahulu mencuci dengan manual yakni dengan tangan akhirnya dapat membeli 2 buah mesin cuci hingga pada kesempatan peneliti melakukan penelitian jumlah mesin cuci bertambah menjadi 4 buah mesin cuci.

c. Profil Ibu Jamilani Pengusaha Jamu

Sebelum Ibu Jamilani membuka usaha jamu beliau masih lajang dan bekerja sebagai pelayan di sebuah toko jamu sepupunya. Di toko itu

juga bekerja Bapak Solikhin, pemuda asli Surabaya yang kemudian menjadi teman hidup Ibu Jamilani dalam ikatan pernikahan. Mereka melangsungkan perkawinan tahun 1998 dan sejak itu mulailah membuka usaha sendiri. Dipilihnya usaha jamu tentu punya alasan tersendiri bagi Ibu Jamilani. Sebelum membuka usaha jamu, Sumiyati saudar Ibu Jamilani yang pernah mengalami penyakit kekurangan darah selama 3 tahun di Surabaya menemukan kesulitan menemukan obat dan perawatan kesehatan pekerja. Untunglah obat tradisional seperti jamu menjadi alternatif karena khasiatnya yang ampuh dan dari perihal tersebut Ibu Jamilani memulai karir sebagai pengusaha jamu.

Sebagaimana layaknya pengusaha mikro kecil (UMK), tentunya usaha Ibu Jamilani bermula dari modal kecil. Berkat usaha gigih disertai bantuan modal, usaha jamu yang ditekuni oleh Ibu Jamilani berkembang meski belum memiliki nama dagang hingga saat ini omset penjualan jamu Ibu Jamilani yang didagangkan mencapai 5- 10 juta perbulan. Pasaran jamu Ibu Jamilani di Kelurahan Jemur Wonosari semakin berkembang, hal tersebut tak lepas dari cara komunikasi yang santun yang dilakukan oleh Ibu Jamilani.

Salah satu ungkapan Ibu Jamilani mengenai hubungan komunikasinya dengan konsumen dan menjadi kiat suksesnya sebagai pengusaha jamu, Ibu Jamilani menyatakan kepada peneliti.

” Kepercayaan konsumen *niku* diatas segala-galanya, *nek enten* keluhan *nggeh kulo* tanggapi *kale* komunikasi yang baik *lan mboten sewalike* (Kepercayaan konsumen adalah diatas segala-galanya, Jika ada keluhan, tentunya harus ditanggapi dengan komunikasi yang baik dan bukan sebaliknya)”.³⁹

Bagi Jamilani dan suami, kemajuan usaha yang diraih selama ini merupakan nikmat Allah yang sangat besar. Betapa tidak. Ditengah pasang surutnya gairah perekonomian masyarakat Indonesia banyak orang hanya berkeluh kesah dan tidak bertindak, usaha jamu Ibu Jamilani yang berkembang ini berjalan nyaris tanpa kendala. Untuk mensyukuri nikmat tersebut, pasangan yang tinggal dekat PONPES Annur dan memiliki 2 puteri ini memantapkan hati memberikan yang terbaik dengan penyampain komunikasi yang baik kepada pelanggan.

d. Profil Ibu Luluk Pengusaha Jajanan Kue

Ibu Luluk adalah perempuan pengusaha jajanan kue yang saat ini telah berumur 45 tahun. Ada ratusan jenis kue dan jajanan, baik yang kering maupun basah. Kue berasa manis, pedas, hingga gurih. Dan kue yang berbentuk padat kenyal seperti agar-agar, hingga yang cair atau berkuah. Segala warna dan bentuk ada pada kue-kue khas olahan Ibu Luluk, dari mulai bulat, kotak, segi empat hingga bintang. Ada juga onde-onde, kue sus, risoles, berbagai jenis dan rasa lapis, kue talam, roti, serabi, bubur, cikak, uler-uler, dan ratusan jenis lainnya.

³⁹ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Jamilani, Pengusaha Jamu, tanggal 11 Juni 2010

Jika pada awalnya Ibu Luluk hanya sebagai penjaja jajanan kue di tahun 2005, kini Ibu Luluk sudah menjadi produsen. Dan yang menjajakan jajanan kue milik Ibu Luluk juga ibu-ibu rumah tangga, di antaranya Ibu Maemunah, Ibu Kurti dan Ibu Rosyidah. Kekhasan jajanan kue milik Ibu Luluk bukan sekadar bentuknya, tetapi juga cara menjajakannya. Kue dan jajanan ini dijajakan oleh para wanita dengan cara berkeliling dari satu kelurahan ke kelurahan lainnya. Ibu Luluk mengungkapkan "Dari Margorejo, juga banyak yang datang untuk menjajakan jajanan kue buatan saya" dan Ibu Luluk sendiri juga sebagai penerima setoran dari para wanita penjaja jajanan kue buatannya.

Keunikan yang berasal dari kearifan lokal dalam berkomunikasi yang menjadikan usaha jajanan Ibu Luluk berkembang, bahwa sistem dagang Ibu Luluk hanya didasarkan pada kepercayaan (*trust*). Pagi-pagi, para penjaja jajanan yakni ibu rumah tangga berdatangan ke rumah Ibu Luluk. Mereka membawa berbagai jenis kue yang ditaruh di dalam nampan atau wadah. Berbagai jenis kue ditaruh berjejer membentuk deretan panjang. Lalu, para Ibu Rumah Tangga penjaja berdatangan dari berbagai tempat Mereka datang mengambil berbagai jenis kue sesuai dengan yang diinginkan. Maemunah, Kurti dan Rosyidah ibu rumah tangga penjaja ini juga membawa tempat kue sendiri-sendiri, ada berupa tenong,

nampan, rinjing, atau tas jinjing. Mereka lalu memilih sendiri kue yang mau dijual.⁴⁰

Setelah dagangan penuh, para wanita itu tinggal melapor ke Ibu Luluk yang bertindak sebagai juru catat. Para ibu rumah tangga itu baru boleh pergi sesuai dengan tujuan dagangnya sendiri-sendiri setelah dipastikan tercatat oleh Ibu Luluk. Maemunah misalnya, ibu rumah tangga itu selama ini berkeliling menjajakan jajanan kue di daerah Jemur Andayani. Para ibu rumah tangga itu lalu melaporkan ke Ibu Luluk yang sudah menunggu. Ibu Luluk kemudian mencatat selisih jumlah kue yang dibawa pagi dan tersisa di sore harinya.

Semuanya sudah di luar kepala. Ibu Luluk sudah terlatih. Meski pembukuannya terlihat sederhana, tetapi mengandung kecermatan tinggi."Tak ada satu pun kue yang terlewat," tutur Ibu Luluk yang sudah lima tahun menekuni usaha kue ini. Sekarang ini Ibu Luluk menerima setoran maksimal Rp 800.000. Pada saat ramai, paling tinggi Rp 1.000.000, dan ibu rumah tangga yang menjajakan jajanan kue itu menerima tiap harinya sebesar Rp 20.000 tergantung banyak tidaknya jajanan kue yang terjual."Makin banyak kue yang terjual, makin besar *fee* yang saya terima." Tutur Ibu Maemunah.

⁴⁰ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Luluk, Pengusaha Jajanan kue, tanggal 12 Juni 2010

e. Profil Ibu Wahyu Pengusaha Toko Serba Ada

Ibu Wahyu sukses sebagai pengusaha toko serba ada yang menampung 6 tenaga kerja dan mempromosikan aneka barang kebutuhan masyarakat dengan nama took BSA (Bina Sejahtera Abadi) Kiprah suksesnya sebagai pengusaha toko serba ada (toserba) dikenal banyak orang. Gerai miliknya berada di gang Lebar Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Surabaya.

Wahyu Lestari, perempuan Surabaya 27 April 1965 ini memulai karir sebagai pengusaha toko serba ada sungguh-sungguh dari bawah. Ceritanya bermula ketika dia bekerja di sebuah toserba. Ibu Wahyu melego tanahnya untuk segera dibelikan sebuah toko kecil di Kelurahan Jemur Woosari Kecamatan Wonocolo Surabaya. Di situlah untuk pertama kali Ibu Wahyu menyiapkan diri menjadi pengusaha sekalian mandi basah turun berdagang di lapangan.

“ Aku tertarik pada pedagang eceran seperti di Pasar Baru, sebab cara berkomunikasi mereka langsung tertuju pada, bagaimana agar pembeli segera tertarik untuk membeli dagangannya”.⁴¹

Ucapnya memberi alasan berdagang dengan membuka toko kecil. Empat tahun kemudian, tahun 2010 berdiri lagi sebuah toserba yang menjual aneka barang-barang kebutuhan untuk anak-anak dan remaja. Kepiawaian anak keenam dari sembilan bersaudara ini berbisnis dan

⁴¹ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Wahyu, Pengusaha toserba, tanggal 13 Juni 2010

mengelola sumberdaya manusia, yang setiap hari bersentuhan dengan pengelolaan dan pengembangan dengan melakukann komunikasi secara langsung dengan para pelanggan yang datang ke toserba milik Ibu Wahyu.

B. Penyajian Data

Setelah melalaui tahap pra lapangan dan pekerjaan lapangan, maka peneliti sampai pada tahap penyajian data. Selama Mei- juni 2010, peneliti mendapat data-data mengenai proses komunikasi bisnis perempuan pengusaha yang diterapkan di Kelurahan Jemur Wonosari Kec. Wonocolo Surabaya.

Penelitian ini menfokuskankan pada proses komunikasi bisnis dan pola komunikasi bisnis yang dilakukan oleh perempuan pengusaha yakni Ibu Tri Isnaini, Ibu Jamilani, Ibu Luluk, Ibu Wahyu yang telah peneliti uraikan pada bab 3.

Seorang perempuan pengusaha memang memiliki dilema dalam berkomunikasi salah satunya adanya anggapan bahwa perempuan yang melakukan usaha adalah mereka yang kurang memiliki keluarga harmonis dan sejahtera, sehingga kadangkala hal ini mempengaruhi dan membuat perempuan pengusaha merasa kurang percaya diri untuk melakukan komunikasi yang baik dengan konsumen.

Seorang perempuan pengusaha harus memiliki kemampuan komunikasi bisnis yang baik dengan para pelanggannya sehingga diharapkan kemudian dapat memberikan percepatan pada proses perkembangan usaha mikro kecil yang mereka tekuni.

Perempuan pengusaha dalam penelitian ini yang didapat oleh peneliti adalah perempuan yang mempunyai integritas tinggi untuk *concern* dengan usaha yang dia lakoni, sehingga dengan mudah peneliti dapat melihat dan mengamati bagaimana bentuk proses komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan. Adapun dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan metode wawancara mendalam kepada empat subjek penelitian di Kelurahan Jemurwonosari Kecamatan Wonocolo Surabaya, dapat peneliti deskripsikan di bawah ini:

A. **Proses Komunikasi Bisnis**

Proses komunikasi bisnis yang dilakukan oleh perempuan pengusaha yang diteliti oleh peneliti di sini adalah sebagai berikut:

Ibu Tri Isnaini melakukan komunikasi sederhana kepada para pelanggannya, dengan menyampaikan kelebihan dan keunikan dari usaha yang dilakukan dengan cara yang mudah dimengerti, yakni dengan bahasa konsumen yang sesuai dengan latar belakang masing-masing konsumen, menjadikan konsumen dengan mudah dapat mengerti pesan bisnis yang dilakukan oleh Ibu Tri Isnaini. Ini terlihat dengan adanya timbal balik yang diberikan oleh pelanggan dengan cara melakukan transaksi bisnis berupa order pencucian antar jemput.

“ Biasanya kalau saya ngomong ke anak-anak mahasiswa yah, kadang saya *selingin* guyonan mbak, kalau dengan ibu-ibu juga bicaranya suka *ngalor-ngidul* jadi selain saya ngomong masalah pelayanan usaha cucian saya, saya juga menyempatkan untuk kenal mereka (mahasiswa) *sampek* itu mbak saya akrab dengan anak kos sebelah namanya tak kasih julukan ST12, soale kalau mau nyuci *ndek* sini suka nyanyi lagu ST12. yah

komunikasi sama anak-anak yah, disamakan sama mereka, kalau sama ibu-ibu yah disamakan juga. Sama bapak-bapak juga begitu.”⁴²

Ungkapan yang tak jauh beda juga disampaikan oleh Ibu Jamilani pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai proses komunikasi bisnis yang dilakukan oleh Ibu Jamilani terhadap konsumen jamu nya, melalui kepedulian berupa ingatan mengenai jamu apa yang diinginkan oleh pelanggannya inilah yang menjadikan pelanggan jamu Ibu Jamilani ini suka dengan cara komunikasi pelayanan Ibu Jamilani, sedangkan untuk pesan mengenai produk baru selalu Ibu Jamilani tambahkan disetiap para pelanggannya selesai membeli jamu.

“ Walah mbak, *roto-roto seng beli ten meriki niku* ibu-ibu, gadis-gadis nggeh enten, tapi *kulo tingali rumiyen* mbak. Lha *wong kulo niki* hafal *kale* pelanggan *kulo* , jadi tanpa *takon* mbak *kulo* langsung *buataken* jamu *koyok bisane mawon*. tapi *nek enten* jamu baru *nggeh kulo* bilang *lan* promosi jamu baru *niku* (rata-rata yang membeli kesini itu ibu-ibu dan gadis-gadis, tapi saya lihat dulu, sebab saya sudah hafal pelanggan saya, maka saya tidak bertanya dan langsung membuat jamu yang mereka pesan)”.⁴³

Sedangkan yang menjadi perhatian Ibu Luluk adalah *trust* kepada para konsumen (penjaja jajanan kue Ibu Luluk) dengan cara berkomunikasi mengenai pengertian saling menguntungkan antar Ibu Luluk dan penjaja maka dari sini terjalin suatu proses komunikasi saling pengertian dengan melakukan tindakan komunikasi sesuai dengan yang diharapkan oleh Ibu Luluk yakni terjualnya semua kue yang dijajakan oleh

⁴² Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Tri Isnainui, Pengusaha Laundry, tanggal 13 Juni 2010

⁴³ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Tri Isnainui, Pengusaha Laundry, tanggal 14 Juni 2010

penjaja kepada para konsumen yang langsung berhadapan langsung dengan penjaja jajanan.

“ Saya ini telah menumbuhkan kepercayaan yang sangat kepada para penjaja jajanan kue saya, jadi ketika saya ngomong kepada ibu rumah tangga tersebut jangan sampai para pembeli jajanan kue ini merasa kecewa, jadi saya bilang ke Ibu-ibu itu untuk menayakan langsung kepada pembeli kira-kira ingin kue seperti apa? Jadi melalui kepercayaan kepada mereka mbak, saya jadi tahu konsumen jajanan kue saya disukai atau tidak, soalnya mereka kan penyambung lidah saya kepada pembeli.”⁴⁴

Penuturan Ibu Luluk tidak jauh beda dengan proses komunikasi bisnis yang dilakukan Ibu Wahyu kepada konsumennya. Bagi Ibu Wahyu kepuasan konsumen adalah nomor satu di atas segalanya, sebab jika konsumen kecewa maka citra toserba yang menjadi kebutuhan masyarakat tidak akan sampai di benak para konsumen, maka melalui sapaan hangat dengan senyum dan satu kata semangat, Ibu Luluk yakin jika konsumen akan suka dengan toserbanya.

“ Sebelum kerja dimulai, biasanya aku mentor dulu mereka(para pekerja) pelanggan adalah raja, itu yang selalu aku afirmasi kepada mereka. Sebab jika tidak bisa buruk. Pesanku adalah selalu tersenyum kepada pelanggan dan bilang dengan cara santun dan bijak, dan juga aku suruh untuk bilang – Semoga hari anda menyenangkan- kepada pelanggan jika mereka selesai membeli.”⁴⁵

2. Pola Komunikasi Bisnis Perempuan Pengusaha

Setelah peneliti mengetahui proses komunikasi bisnis perempuan pengusaha yang terjadi di Kelurahan Jemur Wonosar adalah efektif disebabkan hadirnya komunikasi yang fleksibel kepada para pelanggan

⁴⁴ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Luluk, Pengusaha Jajanan kue, tanggal 10 Juni 2010

⁴⁵ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Wahyu, Pengusaha toserba, tanggal 10 Juni 2010

dalam melakukan komunikasi, dan melihat pada rumusan masalah yang ada tentang bagaimana pola komunikasi bisnis perempuan pengusaha di Kelurahan Jemur Wonosari Kecamatan Wonocolo Surabaya ini peneliti mendeskripsikan pola apa saja yang ada dalam komunikasi bisnis yang dilakukan oleh perempuan pengusaha dalam meningkatkan usaha mikro kecil mereka.

Begitu penting peranan pola komunikasi bisnis perempuan pengusaha karena dengan satu pola yang dihasilkan dari proses komunikasi yang mereka lakukan maka akan mempunyai daya untuk mengembangkan usaha mikro kecil yang mereka tekuni.

Hal ini di ungkapakan oleh Ibu Tri Isnaini, sebagai perempuan pengusaha laundry, dan pesan komunikasi bisnis dengan para pelanggan harus disampaikan secara rasionalitas, sebab bagi Ibu Tri Isnaini kebanyakan pelanggan datang dari mahasiswa dan ibu rumah tangga yang bekerja. Sehingga dengan latar belakang para pelanggan tersebut Ibu Tri Isnaini senantiasa menggunakan bahasa fleksibel untuk mencapai saling pengertian antara perempuan pengusaha dengan para pelanggannya, sehingga pesan tersebut tersampaikan dan mengarah pada transaksi bisnis sebagai tujuannya.

Ibu Tri Isnaini agak bingung ketika ditanya apa pola komunikasi yang disampaikan, sebab bagi ibu tersebut hanya lulusan SMA pada sekolah negeri di Surabaya, belum mengerti benar apa yang ditanyakan oleh peneliti, sehingga peneliti harus menggunakan bahasa yang dapat

dimengerti sehingga pertanyaan yang diajukan sesuai dengan fokus penelitian mengenai pola komunikasi bisnis perempuan pengusaha.

” Lha *ngono ta* mbak? Biasanya ya saya ini ngomong tentang usaha laundry saya biar masuk akal gitu mbak. Lha *soalae* yang ngelaundry *ndek* sinikan mahasiswa *ambek* ibu-ibu rumah tangga *seng kerjo*. *Jadine* saya ngomong itu seperti ini kepada mereka ”*ngelaundry disini itu bu, dijamin langsung bersih lan cepet bu. Jadi ibu tidak usah khawatir jika cucianya langsung ingin di pakai. Ibu maunya kapan selesai? Nek cuci kering besok baru bisa selesai bu, soale ya itu nunggu sehari dulu untuk dikeringkan atau ibu naruh pagi sore baru bisa diambil bu*” begitu mbak kira-kira. Jadi saya pahamkan ke ibu dan mahasiswa itu biar mengerti seperti ini lho *laundryane* saya”.⁴⁶

Hal yang terjadi sedikit sama dengan yang dialami peneliti ketika melkukan wawancara dengan Ibu Jamilani pengusaha jamu, Ibu tersebut juga tidak begitu paham mengenai pola komunikasi yang dimaksudkan oleh peneliti seperti apa. Sehingga peneliti kembali mengajukan pertanyaan yang peneliti sesuaikan dengan pemahaman Ibu Jamilani tanpa keluar dari fokus penelitian.

” *Wes kulo niki paleng seneng di takoni ambek ibu-ibu lan mbak-mbak seng beli jamu ten kulo. Dadine nggeh kulo ngomong nek isok nggeh ibu-ibu niku paham kale jamu-jamu seng kulo dagangaken nek nggada khasiat seng penting kangge awak mbak, mantun niku kulo tangglet maleh nopo pingin jamu seng wau? Biasane niku ibu-ibu kale mbak-mbak langsung gelem tumbas jamu niku mbak* (Saya ini paling suka di tanya oleh ibu-ibu dan mbak-mbak yang beli jamu disini, jadinya saya bicara kalau bisa ibu-ibu itu paham dengan jamu-jamu yang saya jual mempunyai khasiat yang penitng bagi badan, setelah itu saya tanya apa ingin jamu yang tai? Biasanya ibu-ibu dan mbak mbak itu langsung membeli jamu tadi)”.⁴⁷

⁴⁶ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Tri Isnainui, Pengusaha Laundry, tanggal 10 Juni 2010

⁴⁷ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Jamilani, Pengusaha Laundry, tanggal 11 Juni 2010

Sedangkan pola yang digunakan oleh Ibu Luluk dan Ibu Wahyu yang banyak memperkejakan ibu-ibu rumah tangga ini, lebih menekankan kepada cara berkomunikasi yang santun dan baik kepada para pelanggan dengan menggunakan bahasa yang tepat dan wawancara yang peneliti lakukan dengan Ibu Luluk Dan Ibu Wahyu tidak terdapat masalah, sebab mereka paham apa yang ingin peneliti tanyakan kepada mereka. Sehingga dalam penyajian data ini peneliti sajikan melalui tanggapan yang peneliti ajukan kepada Ibu Luluk Dan Wahyu.

” Disini saya bertugas mencatat hasil jajanan kue yang terjual, sebab saya sudah ahli tentang pembukuan dagang. Karena saya percaya kepada para ibu-ibu rumah tangga yang menjualkan dagangan saya, sehingga saya lebih ingin mengetahui secara langsung dari pekerja saya itu bagaimana tanggapan para konsumen dengan jajanan buatan saya. Dan tanpa mereka saya tanya duluan mereka sudah menyampaikan bahwa ada konsumen yang komplain sebab jajanan kurang legit atau kurang bervariasi, sehingga setelah itu saya mulai memperbaiki jajanan kue saya dan mnyuruh ibu-ibu itu agar lebih giat bekerja”⁴⁸

” Bahasa yang menyenangkan pelanggan yang aku terapkan pada pekerjaku, sebab dengan bahasa menyenangkan yang pekerjaku gunakan dapat meyakinkan bahwa toserbaku yang paling bermutu, maka aku yakin para pelanggan pasti akan dengan mudah tertarik membeli barang-barang kebutuhan ke toserbaku. Sehingga sela lu aku tekankan kepada mereka (para pekerja toserba BSA) untuk selalu menggunakan bahasa yang menyenangkan sehingga nantinya para pelanggan tertarik dengan toserbaku”⁴⁹

Untuk hambatan-hambatan yang ditemui oleh perempuan pengusaha selama menjalankan usaha mereka, terdapat beberapa hambatan. Yakni Ibu Tri Isnaini dan Ibu Jamilani dengan konsumennya

⁴⁸ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Luluk, Pengusaha Laundry, tanggal 12 Juni 2010

⁴⁹ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Wahyu, Pengusaha Laundry, tanggal 13 Juni 2010

langsung. Dan Ibu Luluk serta Ibu Wahyu yang menggunakan pekerja sebagai penyambung pesan bisnis dari kedua pengusaha tersebut agar tersampaikan kepada konsumen. Sehingga kemudian peneliti menggolongkan hambatan tersebut sebagai berikut :

1. Berkaitan dengan pelanggan secara langsung

Ibu Tri Isnaini menjelaskan, keinginan kuat para konsumen terkadang tidak bisa digugat dengan pesan bisnis baik dan rasionalitas yang tepat:

” yah itu mbak yang kadang merepotkan saya, kebanyakan mbak mbak itu *ngeyel ae pingin cuciane nang mari sedino* langsung padahal cuci kering *lan* cuci setrika, jadi ya, saya ini bingung bagaimana ngomongnya, ditolak ya *eman* mbak, lha *wong* mereka itu langganan saya, di terima ya gak mungkin *mari. Dadine yo tak* terima *ae*, padahal aku *wes* ngomong *apik-apik* lho mbak, tak *kiro areke ya wes ngerti* tapi *tibake kok ngono, ancene* keinginan pelanggan itu kadang *gak iso* diterima akal mbak”.⁵⁰

Adapun hal yang paling sulit diterima oleh Ibu Jamilani ketika terdapat komplain dari pembelinya bahwa jamu yang dibuat oleh Ibu Jamilani membuat perut pelanggan tersebut sakit. Sehingga setelah di tanya oleh Ibu Jamilani, pelanggan itu memiliki sakit mag, sehingga sebelum memesan jamu pelanggan tidak bertanya terlebih dahulu kepada Ibu Jamilani. Padahal Ibu Jamilani sudah bertanya terlebih dahulu kepada pelanggannya:

” *kulo nggeh mboten ngertos, soale ibu niku mboten jawab pinakon kulo. Dados ibu iku ngamuk-ngamuk soale perut sakit mantun minum jamu niki. Nggeh pun, kadang ibu niku sampek mboten minum jamu ten meriki maleh, lha nek ngenten nggeh kulo mboten saget nopo-*

⁵⁰ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Tri Isnainui, Pengusaha Laundry, tanggal 10 Juni 2010

nopo mbak (Saya tidak tahu, soalnya ibu itu tidak menjawab pertanyaan saya, sehingga menyebabkan ibu itu marah-marah karena perutnya sakit setelah minum jamu ini. Yah sudahlah, terkadang ibu itu sampai tidak datang untuk membeli jamu kesini lagi, lha kalau begini saya tidak bisa apa-apa) ”⁵¹

B. Berkaitan dengan pekerja sebagai penyambung pesan kepada pelanggan.

Ibu Wahyu menjelaskan bahwa terdapat beberapa pekerjanya yang masih kurang jelas dengan bentuk pesan bahasa yang seharusnya disampaikan kepada pelanggan agar tertarik dengan toserbanya. Sehingga para pelanggan langsung melakukan komplain kepada Ibu Wahyu.

” Pekerja itu memang tidak bertanya langsung ke aku jadinya yah, mereka langsung bilang kalau ada kesalahan dalam penyampaian pesan seperti mengenai suatu harga produk yang tertera di ranjang produk berbeda ketika samapi dikasir, dan pekerja itu tidak mau tahu dan tetap menyuruh ibu itu untuk membayar atau mengembalikan langsung produk tersebut ke ranjang, sepertinya dia melakukan dengan bahasa kasar, sehingga pelanggan itu langsung datang ke tempatku. Padahal mereka sudah aku beritahu kalau pelanggan ada lah raja.”

Ibu Luluk menjelaskan kepercayaan (*trust*) yang dia berikan kepada pekerjanya terkadang di salah gunakan, ada beberapa dari mereka yang menyalah gunakan kepercayaan tersebut dengan cara mendiskreditkan dagangan jajanan Ibu Luluk dengan tidak baik kepada konsumen.

⁵¹ Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Jamilani, Pengusaha Jamu, tanggal 11 Juni 2010

” Padahal saya sudah memberikan kepercayaan penuh dengan mengatakan bahwa saya secara tulus ingin membantu ibu-ibu rumah tangga tersebut dengan mengatakan bahwa konsumen adalah nomor satu, tapi entah karena apa, saya pernah di da tangi oleh konsumen langsung ke rumah saya dan bilang jika penjual saya ada yang menjelek-jelekkan saya , kalau saya ini ingin untuk saja”.⁵²

C. Analisis Data

1. Temuan

Setelah peneliti melakukan penyajian data seperti yang telah disebutkan pada sub bab penyajian data, peneliti menemukan beberapa hal yang terkait dengan proses komunikasi bisnis dan pola komunikasi bisnis yang dilakukan oleh perempuan pengusaha di Kelurahan Jemur Wonosari kec. Wonocolo Surabaya, yang meliputi:

A. Proses Komunikasi Bisnis Perempuan

(a) Kelengkapan Pesan

Dalam penyampaian pesan yang dilakukan oleh perempuan pengusaha kepada pelanggannya, seperti yang dilakukan oleh Ibu Tri Isnaini pada penyajian data, maka akan terlihat bahwa pesan yang disampaikan berupa informasi bisnis usaha laundry secara lengkap yang disampaikan oleh Ibu Tri Isnaini, sehingga kemudian pesan tersebut mendapatkan respon seperti yang diinginkan oleh perempuan pengusaha, yakni Ibu Jamilani.

⁵² Hasil, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dengan Ibu Luluk, Pengusaha Laundry, tanggal 13 Juni 2010

(b) Pesan Singkat

Hal ini telah dilakukan oleh Ibu Wahyu bahwa gagasannya mengenai pembeli adalah raja kepada para pekerjanya membuat gagasan tersebut singkatata dan tidak mengurangi makna, sehingga yang ditonjolkan kemudian adalah cara berkomunikasi kepada pelanggan dapat dipuaskan melalui gagasan yang disampaikan oleh Ibu Wahyu kepada pekerjanya dalam melayani pelanggan.

(c) Pertimbangan Dalam Penyampaian Pesan

Penerapan empati dengan mempertimbangkan dan mengutamakan si penerima pesan yakni pelanggan sangat diperhatikan sekali oleh Ibu Jamilani pengusaha jamu, sebab hal tersebut untuk mengurangi dan menekan kesalahpahaman dalam berkomunikasi sehingga yang diharapkan oleh Ibu Jamilani adalah adanya saling pengertian antara dirinya dengan perempuan pengusaha.

(d) Bahasa Yang Jelas

Bahasa jelas dan gamblang digunakan oleh Ibu Luluk dan Ibu Tri Isnaini dalam melakukan komunikasi dengan pelanggannya, mengingat pelanggan mereka notabene adalah para mahasiswa. Maka sebisa mungkin mereka juga menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pelanggannya, yakni bahasa gaul.

(e) Kesopanan Penyampaian Pesan

Untuk memupuk hubungan baik dengan para pelanggan maka perempuan pengusaha melakukannya dengan menggunakan bahasa dan nada yang sopan dalam melakukan komunikasi dengan pelanggannya. Ingat akan kesukaan pelanggan juga merupakan cara unik sebagai bentuk komunikasi bisnis yang dilakukan oleh perempuan pengusaha. Begitu juga senyum hangat dan satu ucapan kata semangat kepada pelanggan akan membuat pelanggan menyukai pelayanan yang dilakukan oleh perempuan pengusaha.

2. Pola Komunikasi Bisnis Perempuan Pengusaha

Adapun mengenai pola komunikasi yang diterapkan oleh perempuan pengusaha dalam mengembangkan usaha mikro kecil mereka, meliputi:

a. Tindakan komunikatif mengarah pada saling pengertian (*verstandingung*) antara pembicara dan pendengar. Dalam tindakan bahasa, misalnya. Ucapan yang ditujukan kepada seseorang tidak hanya bersifat memerintah untuk mencapai suatu tujuan, melainkan mengambil bagian dalam proses komunikasi. Maksudnya, kalau dua orang berbicara, tindakan bicara itu berorientasi kepada saling pengertian atau kesepakatan mengenai kondisi-kondisi yang mengatur atau mengkoordinir tindakan-tindakan mereka supaya apa yang ingin disampaikan oleh komunikator yakni perempuan

pengusaha dapat diterima dengan tindakan nyata oleh komunikasi yaitu pelanggan.

Jenis tindakan berkaitan dengan orientasinya untuk mencapai tujuan tertentu yakni tujuan yang awalnya telah ditekan oleh perempuan pengusaha melalui pesan bisnis yang mereka lakukan, atau untuk mencapai saling pengertian, hal ini telah diterapkan oleh Ibu Tri Isnaini, Ibu Jamilah, Ibu Wahyu dan Ibu Luluk ketika melakukan komunikasi dengan pelanggannya.

Kesan baik dengan melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang ditawarkan oleh perempuan pengusaha kepada pelanggannya adalah sebagai suatu bentuk tindakan komunikasi, bisa dimasukkan ke dalam tindakan komunikatif yang berdasarkan rasionalitas komunikatif. Dengan demikian, komunikasi bisnis sebagai sebuah proses pengertian memperhitungkan situasi dan kondisi dengan siapa perempuan pengusaha melakukan komunikasi bisnis.

b. Pola tindakan teleologis merupakan tindakan yang ditentukan oleh suatu tujuan, dan bahasa merupakan sarana. Dalam komunikasi bisnis perempuan pengusaha yang berdasarkan pada pola ini akan memperlihatkan partisipasi menjadikan cara berkomunikasi hanya sebagai sarana untuk tujuan tertentu, memengaruhi keyakinan pelanggan, dan bukan dalam rangka mencapai saling pengertian timbal balik.

Hal ini terlihat jelas seperti yang dilakukan oleh Ibu Tri Isnaini dengan menggunakan bahasa sebagai sarana komunikasi yang fleksibel mampu menumbuhkan keyakinan pada diri para pelanggan tentang jasa pelayanan laundry yang dia tekuni dapat memberikan yang terbaik bagi mereka.

c. Pola tindakan normatif menunjuk pada norma-norma. Perempuan pengusaha seperti Ibu Luluk dan Ibu Wahyu memainkan perannya dalam interaksi dengan orang lain dengan bertindak sesuai dengan norma. Tindakan subyek di sini tidak diatur oleh sebuah tujuan yang ingin dicapai, melainkan oleh norma yang perlu dihormati, norma-norma yang diakui dalam sebuah kelompok sosial, yakni antara Ibu Luluk dengan para ibu rumah tangga yang menjajakan jajanan kuenya dengan memberikan rasa kepercayaan tinggi kepada para ibu rumah tangga. Dan Ibu Wahyu yang melakukan afirmasi kepada pekerjanya untuk selalu ramah dengan senyuman tulus yang diberikan kepada pelanggan.

2. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Pola komunikasi bisnis adalah salah satu konsep penting yang sangat menentukan watak sebuah produk atau jasa yang ingin di kenal dan di minati oleh konsumen dalam hal ini yakni komunikasi. Dari pola komunikasi bisnis perempuan pengusaha yang baik dan efektif ini akan mampu memberikan sebuah efek motivasi positif dalam sebuah masyarakat yang nantinya akan berkembang ke arah yang lebih baik.

Sehingga, setiap perempuan pengusaha tergerak untuk melakukan terobosan-terobosan baru melalui komunikasi yang dilakukannya dengan pelanggan sehingga kemudian dapat meningkatkan produktivitasnya dalam memajukan perekonomian rumah tangga.

Selain itu daya tarik komunikator (perempuan pengusaha) dalam menyampaikan pesan juga mempunyai pengaruh yang besar, sebab disini seorang perempuan pengusaha harus mempunyai kemampuan untuk meyakinkan komunikan dan memiliki daya tarik yang kuat, sehingga dapat menyampaikan pesan yang baik kepada komunikan yang efektif dapat terwujud.

Seorang perempuan pengusaha dituntut juga untuk memiliki kemampuan untuk menentukan tindakan-tindakan apa saja yang sebaiknya dilakukan agar dapat mencapai tujuan-tujuan kelompok. Hal tersebut mengharuskan adanya pengertian tentang bagaimana tindakan –tindakan sebagai seorang perempuan pengusaha nantinya akan mempengaruhi pandangan komunikan yakni konsumen yang mencakup pelayanan dengan penyampain komunikasi bisnis yang baik.

Sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori tindakan komunikatif Jurgen Habermas. Kaitannya teori ini dengan pola komunikasi bisnis perempuan pengusaha adalah konsep dari proses penyampaian pesan yang seharusnya dilakukan oleh perempuan pengusaha adalah dapat menimbulkan adanya saling pengertian antara kedua belah pihak yakni perempuan pengusaha sebagai komunikator dan

konsumen sebagai komunikan, sehingga tujuan dari pesan yang ingin disampaikan oleh perempuan pengusaha kepada para pelanggan atau konsumen dapat diterima dan dicerna dengan melakukan suatu tindakan nyata, yakni melakukan transaksi bisnis dengan perempuan pengusaha.

Adapun perempuan pengusaha Jemur Wonosari Kelurahan Wonocolo Surabaya yang melakukan proses komunikasi bisnis dengan para pelanggannya tanpa disadari telah memiliki sebuah pola komunikasi bisnis yang kemudian di aplikasikan dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya. Yakni seorang perempuan sebagai pengusaha menyampaikan pesan bisnis kepada pelanggan dan karyawannya guna mendapatkan respon baik yang datang dari pelanggannya berupa terbentuknya pola tindakan komunikatif yang mengarah pada saling pengertian berdasarkan rasionalitas pesan yang telah disampaikan oleh perempuan pengusaha mengenai usaha yang mereka lakukan sehingga dengan adanya pengertian tersebut akan hadir tindakan yang mengarah pada transaksi bisnis.

Kemudian pola tindakan teleologis yang lebih pada penggunaan bahasa, disini perempuan pengusaha menggunakan bahasa yang fleksibel dan mudah dicerna oleh pelanggan sehingga tujuan dari pesan dapat disampaikan dengan sempurna dan dengan tujuan yang pasti.

Adapun pola tindakan normatif yang dilakukan perempuan pengusaha dalam melakukan komunikasi bisnisnya adalah dengan cara melakukan tindakan santun berupa sapaan hangat dan senyuman, dan dari

norma yang telah mengakar pada masyarakat bahwa tindakan yang sesuai dengan norma akan membawa pada tercapainya tujuan tanpa keluar dari norma ada pada masyarakat sebab inti dari komunikasi bisnis adalah pencapaian tujuan yang selaras dengan pandangan pelanggan.