

## **Urgensi Komunikasi Bisnis Dalam Kolaborasi**

### **Data Penulis**

Karlina

<sup>1</sup> Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Sari Mulia Banjarmasin

\*correspondence author: Telepon: 0511-3268105, Fax: 0511-3270134, E-mail:

Karlinahelwa79@gmail.com

‡current author: Universitas Sari Mulia Banjarmasin.

### **Abstrak**

**LATAR BELAKANG** Pentingnya aspek komunikasi dalam dunia kerja bisnis menjadi alasan kuat untuk memenuhi aspek komunikasi bisnis dalam dunia pendidikan, terlebih bagi pendidikan akuntansi. Perkembangan teknologi yang pesat menuntut lulusan memiliki kemampuan *softskill untuk dapat berkerjasama (kolaborasi)*, sehingga diperlukan pendekatan atau metode yang tepat agar komunikasi dapat ditingkatkan.

**TUJUAN** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui urgensi dari komunikasi bisnis yang berkaitan dengan kolaborasi, serta menganalisis cara atau metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi..

**METODE** Penelitian menggunakan metode telaah pustaka non sistemik dari berbagai sumber seperti jurnal, data base, buku, ataupun mesin pencari.

**HASIL** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi bisnis memiliki peranan penting dalam membentuk kerjasama tim atau kolaborasi, dan terdapat beberapa cara untuk meningkatkan kemampuan pada aspek komunikasi bisnis, salah satunya dengan Pendekatan *Interprofessional Education-Interprofessional Collaboration*.

**Kata Kunci :** *Business Communication- Collaboration, non-systemic review.*

### **Abstract**

**BACKGROUND** The Importance of communication aspects in the working world of business sector is strong reason to fulfill of business communication aspects in education context, especially for accounting education. The rapid development of technology requires the graduates to have soft skills to be able to collaborate. Furthermore, the suitable approach or method is needed to improve communication.

**OBJECTIVE** This study aims to find out the urgency of business communication which is related to collaboration. Moreover, it also analyzes the ways or methods that can be used to improve communication.

**METHODS** This study used non-systemic review methods by using various sources such as journals, databases, books, or search engines.

**RESULTS** the research findings showed that business communication has an important role in team work or collaboration. Moreover, there are certain ways to improve business communication skill, one of approaches that can be used is Inter-professional Education with Inter-professional Collaboration Approach.

**Keywords :** *Business Communication- Collaboration, non-systemic review.*

## **Pendahuluan**

Komunikasi pada dasarnya adalah proses atau kegiatan penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Effendy (2009) komunikasi yakni proses penyampaian pesan yang berasal dari seseorang kepada orang lain, yang bertujuan untuk memberitahukan, mengubah sikap, pendapat ataupun perilaku orang tersebut. Penyampaian pesan dapat dilakukan secara lisan (langsung) ataupun dengan media (tidak langsung).

Komunikasi adalah salah satu bagian penting dalam kehidupan manusia, begitu pula dalam pengembangan bisnis. Sektor bisnis membutuhkan berbagai jenis komunikasi untuk mempromosikan dan tata kelola produk. melalui komunikasi pula, informasi produk dapat diberikan kepada pasar secara berkesinambungan (Kumbhar, 2013).

Komunikasi yang tidak efektif dapat merusak tatanan kinerja suatu organisasi sehingga dapat merugikan. Usodo (2017) menyebutkan dalam tata kelola organisasi diperlukan SUPERTIM bukan SUPERMAN. Melalui kinerja tim, kerja organisasi akan lebih efektif dan dapat berjalan lebih baik bila hanya menggantungkan kinerjanya kepada satu orang saja. Pembentukan SUPERTIM memerlukan komunikasi yang baik dalam suatu organisasi agar tujuan organisasi tersebut dapat tercapai.

Menyadari pentingnya komunikasi dalam setiap aspek kehidupan dan bisnis, Misbach (2016) menyatakan bahwa pada umumnya perusahaan melakukan pola komunikasi bisnis yang efektif dan tidak berhubungan dengan jenis atau ukuran bisnis yang dijalankan perusahaan tersebut. Dirinya menyatakan pula bahwa komunikasi efektif akan membantu pencapaian tujuan organisasi.

Pentingnya aspek komunikasi dalam dunia kerja bisnis menjadi alasan kuat untuk memenuhi aspek komunikasi bisnis dalam dunia pendidikan, terlebih bagi pendidikan akuntansi. Mengingat perkembangan teknologi saat ini yang semakin pesat (revolusi industri 4.0), sehingga dunia kerja bisnis menuntut keahlian yang tidak hanya berorientasi pada *hardskill* namun menekankan pada *softskill*, salah satunya kemampuan berkomunikasi yang bermanfaat untuk menjalin kerjasama tim serta membentuk kolaborasi yang terjalin tanpa memandang jurusan ataupun latarbelakang individu.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka komunikasi bisnis sangat perlu disadari tingkat urgensinya, dunia pendidikan khususnya akuntansi harus memahami bahwa peran dalam dunia kerja bisnis tentu sudah berubah sesuai perkembangan zaman, dan haruslah dilakukan pendekatan atau metode yang tepat agar komunikasi dapat ditingkatkan.

Hal tersebut dilakukan agar nantinya para lulusan tidak hanya bekerja sendiri tapi mampu berkomunikasi dengan baik dalam dunia kerja bisnis yang mengharuskan untuk dapat berkolaborasi dengan berbagai pihak yang terlibat, baik rekan kerja dalam tim, rekan bisnis, ataupun pelanggan untuk mencapai tujuan dari suatu entitas atau organisasi.

### **Bahan dan Metode**

Penelitian ini menggunakan metode telaah pustaka non-sistematik atau *non-systematic review* yang diperoleh dari berbagai sumber jurnal seperti *International Journal of Business Communication (IJBC)*, *Accounting Education: an international journal*, *Jurnal Komunikasi, Bisnis, dan Manajemen*, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, database seperti *ResearchGate* dan *SAGE Journals*, buku, dan langsung menggunakan mesin pencari/*search engine* seperti Google.

Adapun kriteria yang ditetapkan dalam melakukan penyaringan pustaka utama yang ditinjau antara lain adalah tahun penerbitan 10 tahun terakhir, dan pustaka pendukung lainnya, menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris dan membahas terkait dengan komunikasi bisnis, hubungan komunikasi dengan kolaborasi.

Pustaka terpilih kemudian dikaji untuk mengetahui urgensi dari komunikasi bisnis yang berkaitan dengan kolaborasi, serta

menganalisis cara atau metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi. menganalisis cara atau metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi.

### **Hasil**

Berdasarkan pengkajian pustaka yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa komunikasi bisnis memiliki peranan penting dalam membentuk kerjasama tim atau kolaborasi, dan terdapat beberapa cara untuk meningkatkan kemampuan pada aspek komunikasi bisnis. Hal ini sesuai dengan tujuan secara umum dari komunikasi bisnis adalah untuk membentuk kolaborasi (*collaborating*).

Kolaborasi adalah suatu bentuk partisipasi yang berasal dari beberapa individu ataupun suatu kelompok dalam suatu organisasi untuk bekerjasama mencapai hasil tertentu (Fizzanty & Kusnandar, 2013). Kolaborasi dapat dilakukan dari berbagai bidang tertentu yang berbeda satu sama lain dengan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, sehingga sistem kolaborasi dapat berjalan dengan baik apabila di dalam suatu individu atau tim terjalin komunikasi yang baik pula.

Kemampuan komunikasi sangat berpengaruh terhadap kemampuan organisasi untuk bertahan dalam persaingan. Para eksekutif bisnis juga beranggapan bahwa komunikasi merupakan indikator yang sangat penting, selain integritas, yang harus dimiliki

Urgensi Komunikasi Bisnis Dalam Kolaborasi oleh seorang pebisnis (Robles, 2012). Seiring dengan semakin tinggi posisi seseorang dalam suatu organisasi, maka pentingnya kemampuan teknis secara relatif akan berkurang, sedangkan *soft-skills* semakin bertambah. Lebih lanjut Robles (2012) menyarankan untuk lebih menekankan pada peningkatan kemampuan interpersonal bagi para mahasiswa bisnis dalam mata kuliah komunikasi bisnis. Oleh karena itu inovasi dalam pembelajaran pada mata kuliah komunikasi bisnis menjadi sangat penting (Gayathridevi & Deepa R, 2015).

## **Pembahasan**

Dengan melihat pada hasil kajian bahwa komunikasi bisnis berperan penting dalam kolaborasi, maka perlu adanya metode pembelajaran untuk meningkatkan komunikasi yang diterapkan di dunia pendidikan, selain itu perlu diadopsi pendekatan yang sesuai dan bisa diimplementasikan untuk menghadapi tantangan dari persaingan kerja di dunia bisnis yang terjadi akibat dampak adanya perkembangan pesat teknologi.

Beberapa metode pembelajaran yang inovatif dalam mata kuliah komunikasi bisnis dilakukan oleh banyak perguruan tinggi. Tujuan dari pembelajaran yang inovatif tersebut adalah untuk meningkatkan kemampuan komunikasi mahasiswa, baik lisan maupun tulis (Kiki, 2015)

Gayathridevi & Deepa (2015) telah menguji metode pembelajaran dalam mata kuliah komunikasi bisnis. Metode pembelajaran yang diuji meliputi presentasi kasus, tugas kelompok, diskusi kelompok dan bermain peran (role play). Pengukuran keberhasilan metode pembelajaran ini dilakukan dengan menggunakan audit komunikasi personal (*personal communication audit*) yang dikembangkan oleh (O'Hair, O'Rourke, & O'Hair, 2001). Instrumen ini terdiri atas pernyataan yang menunjukkan tingkat kemampuan seseorang dalam berkomunikasi. Pernyataan-pernyataan tersebut diukur dengan menggunakan skala likert yang menunjukkan tingkat persetujuan responden. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang bervariasi memberi dampak positif terhadap peningkatan kemampuan berkomunikasi mahasiswa. Lebih lanjut Gayathridevi dan Deepa (2015) menyarankan untuk tidak hanya terpaku menggunakan metode pembelajaran tertentu. Inovasi dan kreativitas dalam metode pembelajaran sangat penting tidak hanya untuk meningkatkan kemampuan teknis tetapi juga kemampuan soft skills mahasiswa akuntansi.

Pendidikan interprofesi dan kolaborasi interprofesi atau yang lebih dikenal sebagai *Interprofessional Education-Interprofessional Collaboration* (IPE-IPC) menjadi salah satu sarana yang dapat diimplementasikan untuk

meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi antar profesi lainnya yang dapat dijadikan bekal untuk menghadapi persaingan dunia kerja di bidang bisnis yang mengharuskan lulusan dapat memiliki kemampuan tersebut.

Tuntutan lulusan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, Ambara & Suarta (2018) yang mengungkapkan bahwa:

“Berdasarkan studi lowongan kerja yang digunakan, terdapat 18 kata-kata kunci keterampilan komunikasi yang relevan dalam iklan lowongan kerja. *Verbal and written communication skills* merupakan jenis keterampilan komunikasi yang paling sering muncul sebagai prasyarat dalam iklan lowongan kerja bidang akuntansi. Berdasarkan kelompok utama dalam keterampilan komunikasi bisnis, *interpersonal communication skills* yang paling sering muncul sebagai persyaratan dalam iklan lowongan kerja, disusul dengan *organizational communication skills* dan *leadership communication skills*”.

Wahyuni, Ambara & Suarta (2018) menambahkan terkait dengan temuan penelitian, agar dalam proses mempersiapkan lulusan harus ditingkatkan keterampilan komunikasi yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja, disarankan untuk melakukan revitalisasi kurikulum dan program pembelajaran komunikasi bisnis agar sesuai dengan kebutuhan dunia kerja saat ini. dan diperlukan penelitian-penelitian guna merumuskan aspek-aspek penting dalam

capaian pembelajaran serta mengembangkan metode pembelajarannya.

Siriwardane & Darden (2014) melalui hasil telaah kritis 19 studi mengungkapkan bahwa kesenjangan pengetahuan yang diidentifikasi berhubungan dengan keterampilan komunikasi dianggap paling penting pada berbagai tahap karir dan jalur karir yang berbeda, diperlukan keterampilan komunikasi baik lisan dan tulisan. peran serta pentingnya lisan versus tulisan dan keterampilan komunikasi baik informal versus formal tentu harusnya menjadi perhatian. Kekhawatiran mendasar adalah bahwa sebagian besar penelitian keterampilan komunikasi yang ada sangat ketinggalan zaman. Dari 19 studi yang ditinjau, hanya tiga telah diterbitkan dalam dekade terakhir. Ini menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan terutama pada daerah yang menjadi sasaran penelitian.

Dengan berdasar pada temuan tersebut maka dapat diketahui bahwa komunikasi sudah sepantasnya menjadi perhatian, penelitian dan pengembangan terhadap peningkatan komunikasi tentu haruslah diprioritaskan, khususnya terhadap penggunaannya di bidang kerja bisnis. Lulusan mahasiswa bidang ilmu akuntansi sudah tidak bisa lagi bekerja sendiri tapi diharuskan untuk saling bekerjasama dengan profesi lain dengan tujuan tertentu yang diinginkan oleh organisasi.

Sarana atau pendekatan untuk memfasilitasi peningkatan kemampuan komunikasi tersebut dapat diadopsi dari berbagai sumber bidang tertentu di luar bidang ilmu akuntansi, gunanya untuk memperkaya sarana yang dapat digunakan, sehingga sebenarnya *Interprofessional Education-Interprofessional Collaboration* (IPE-IPC) dapat diadopsi untuk meningkatkan kemampuan komunikasi.

*Interprofessional Education* (IPE) didefinisikan oleh The Center for the Advancement of Interprofessional Education (CAIPE), (2002) IPE adalah dua atau lebih profesi yang belajar dengan, dari, dan tentang satu sama lain untuk meningkatkan kolaborasi dan kualitas pelayanan. IPE berkaitan satu sama lain dengan *Interprofessional Collaboration* (IPC) yang merupakan pendekatan kolaborasi yang masih berkembang saat ini sebagai wadah dalam upaya mewujudkan praktik kolaborasi yang efektif antar profesi.

Dapat dipahami bahwa baik panduan IPE-IPC dari organisasi kesehatan dunia atau *World Health Organization* (WHO) ataupun Toronto Model yang mengklasifikasikan pentingnya komunikasi dalam berkolaborasi. Komunikasi yang disiapkan tidak hanya terjadi antar profesi, melainkan juga terjadi proses pertukaran informasi antar profesi dengan masyarakat. Melalui pendidikan ini, maka akan

tercipta hasil kerja yang lebih efektif dari kolaborasi yang efektif pula (Rohman, 2013).

Berdasarkan kajian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa peranan komunikasi dalam kolaborasi sangatlah penting, urgensinya tentu tidak perlu diragukan, mengingat antara komunikasi dan kolaborasi memiliki satu keterkaitan sama lain, menyadari akan hal tersebut maka beberapa penelitian telah mengkaji metode pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan komunikasi khususnya komunikasi bisnis, hal ini sebagai kewajiban dalam rangka menghadapi persaingan dan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Metode pembelajaran yang telah diuji dan digunakan antara lain dengan presentasi kasus, tugas kelompok, diskusi kelompok dan bermain peran (*role play*). Salah satu pendekatan untuk memfasilitasi pendidikan kolaborasi dan memuat komunikasi salah satunya adalah dengan menggunakan *Interprofessional Education* (IPE), *Interprofessional Collaboration* (IPC).

### **Ucapan Terima Kasih**

Terimakasih kepada Allah SWT, keluarga dan sahabat, serta dukungan dari Universitas Sari Mulia sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Besar harapan artikel ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- (CAIPE). (2002). *Interprofessional Education: Defining IPE*. Retrieved Agustus 26, 2019, from caipe.org.uk:  
<http://caipe.org.uk/resources/defining-ipe/>.
- Effendy, O. (2009). *Imu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fizzanty, T., & Kusnandar. (2013). *ipology, Effectiveness, And Principal Elements In International Research Collaboration: Case Studies Of LIPI's International Research Projects* *Warta KIML. Vol.11*. Retrieved September 5, 2019, from portalgaruda.org:  
<http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=298824>
- Gayathridevi, K., & Deepa R. (2015). Effectiveness of business communication course: evidence from a business school in India. *Business and Professional Communication Quarterly*, 78 (1), 94-103.
- Kiki, S. (2015). Kemampuan Komunikasi Mahasiswa Akuntansi: Tinjauan Literatur. *Jurnal Ekonomi Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*.
- Kumbhar, V. (2013). Business Communications. *M. A. Part II ECONOMICS Group C1 Optional Paper XXIV Unit No. 8*.
- Misbach, I. (2016, Juni). Dampak Komunikasi Bisnis Terhadap Kinerja Organisasi Di Perusahaan. *Jurnal Tabligh*, 13-25.
- O'Hair, D., O'Rourke, J., & O'Hair, M. (2001). *Business communication: A framework for success*. Cincinnati: Cincinnati: South-Western Publishing Company.
- Robles, M. (2012). Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace. *Business Communication Quarterly*, 75, 453-465.
- Rohman. (2013). Model Pembelajaran Inter-Teams Game Tournament Untuk Pengembangan Kemampuan Kolaborasi Mahasiswa Calon Guru. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*(6 (1)), 1-10.
- Siriwardane, H., & Durden, C. (2014). The Communication Skills of Accountants: What we Know and the Gaps in our Knowledge. *Accounting Education: an international journal*, 23, 119–134.
- Usodo, J. (2017, Januari). Komunikasi Organisasi (Pendekatan Mikro) dalam Pelaksanaan Reboisasi pada Kesatuan Pengelolaan Hutan Produksi (KPHP) Model Pulau Laut dan Sebuku. *Jurnal Komunikasi, Bisnis, dan Manajemen*, Vol. 4 No. 1.
- Wahyuni, L. M., Ambara, I. S., & Suarta, I. (2018). Keterampilan Komunikasi yang Dibutuhkan Pasar Kerja Bidang Akuntansi: Studi Iklan Lowongan Kerja. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 14.