KOMUNIKASI BISNIS TUNARUNGU DALAM UPAYA MENJALANKAN USAHA

(STUDI PADA ANDRI TUNARUNGU USAHA MOTOR PANGO RAYA BANDA ACEH)

SKRIPSI S-1

Diajukan Oleh

PUTRI INDAH RIAMI
NIM. 140401029
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1440 H/ 2019

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh

PUTRI INDAH RIAMI
NIM. 140401029

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Drs. Baharuddin AR, M.Si	**Syahril Furqany, M.I.Kom**
NIP. 196512311993031035	**NIP.**

AR-RANIRY

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

PUTRI INDAH RIAMI
NIM.140401029

Pada Hari/Tanggal

Selasa, 22 Januari 2019 M
16 Jumadil Awwal 1440 H

di
Darussalam-Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,

Drs. Baharuddin AR. M.Si
NIP. 196512311993031035

Sekretaris,

Syahril Furqany, M.I.Kom
NIP.

Anggota I,

Asmaunizar, M.Ag
NIP. 197409092007102001

Anggota II,

Azman, S.Sos.I., M.I.Kom
NIP. 19830713201503 1004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

Dr. Fakhri, S.Sos., M.Ag
NIP. 196411291998031001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Putri Indah Riami

NIM : 140401029

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwahdan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 07 Januari 2019

Menyatakan,

Putri Indah Riami

NIM. 140401029

جامعة الرانري
AR-RANIRY

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah *Subhanahu Wata'ala* atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani bagi setiap hamba-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah atas Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya dan seluruh Umat Islam yang terjaga atas sunnahnya.

Alhamdulillah berkat pertolongan Allah *Subhanahu Wata'ala*, proses penulisan Skripsi bisa terselesaikan, dan ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan rogram studi strata satu (S1) pada jurusan Komunikasi dan penyiaran islam. Adapun pedoman penulisan skripsi ini berpedoman kepada buku panduan penulisan skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry. Untuk itu, penulis memilih julud skripsi **"Komunikasi Bisnis Tunarungu Dalam Upaya Menjalankan Usaha (Studi Pada Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh)"**. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan ribuan terimakasih yaitu kepada :

1. Keluarga tercinta, terutama Ibunda Asniar, dan Ayahanda Anwar, yang telah membesarkan, mendidik, memberikan motivasi, dukungan, pengorbanan, cinta dan kasih sayangnya, serta do'a yang begitu besar untuk penulis, sehingga skripsi ini terselesaikan.

2. Adik tercinta adinda Nurri Nachmi Azizzah, dan Mutiara Ramadhani, yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi dan do'a kepada penulis.
3. Ikhfatul Sea, yang telah banyak membatu penulis, memberikan dukungan, serta do'a.
4. Bapak Drs. Baharuddin AR, M.Si, sebagai pembimbing pertama, penulis mengucapkan terimakasih karena telah memberi arahan, bimbingan, dan masukan kepada saya dan ucapan terimaksih juga kepada bapak Syahril Furqany, M.I.Kom selaku pembimbing kedua yang telah membimbing, memberi arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Ade Irma, B.H.Sc., M.A, selaku penasehat akademik (PA) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis. Bapak Dr. Fahri, S.Sos., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST. MM selaku ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Ibu Anita S.Ag. M. Hum selaku Seketaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) serta seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah membantu membekali penulis dengan membagi ilmu pengetahuan.
6. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan yang saya banggakan, terutama unit 01 KPI angkatan 2014 yang telah memberikan dukungan dan semangat.
7. kepada teman-teman jurusan KPI angkatan 2014 yang telas memberikan doa dan dukungan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

8. Kepada alumni Komunikasi Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuannya.

Penulis juga menyadari bahwa penelitian dan penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan masukan dan saran untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi penulis dan seluruh pembaca umumnya. Akhir kata penulis memohon maaf atas segala kekhilafan yang pernah penulis lakukan. Hanya kepada Allah penulis memohon Ridha-Nya. Amin ya Rabbal ‘Alamin

Banda Aceh, 28 Januari 2019
Penulis,

Putri Indah Riami

ABSTRAK

Dalam penelitian skripsi berjudul "**Komunikasi Bisnis Tunarungu Dalam Upaya Menjalankan Usaha** (Studi pada Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh)". Rumusan masalah dalam karya ini adalah bagaimana komunikasi bisnis tunarungu dalam upaya menjalankan usaha, media komunikasi apa yang digunakan tunarungu dalam upaya menjalankan usaha, serta apa hambatan dalam proses komunikasi bisnis tunarungu dalam upaya menjalankan usaha. Penulisan karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi bisnis yang di lakukan tunarungu dalam upaya menjalankan usaha, untuk mengetahui media komunikasi apa yang digunakan tunarrungu dalam upaya menjalankan usaha, serta untuk mengetahui apa hambatan dalam proses komunikasi bisnis tunarungu dalam upaya menjalankan usaha. Dalam penelitian ini penulis metode penelitian kualitatif deskriptif, di mana peneliti terlebih dahulu mengobservasi kegiatan bisnis tunarungu dalam upaya menjalankan usaha. Hasil penelitian yang peneliti dapatkan yaitu proses komunikasi bisnis yang dilakukan menggunakan nonverbal, bahasa isyarat, dan surat-menyurat sebagai media komunikasinya. Sedangkan hambatan-hambatan yang terjadi meliputi hambatan verbal yang timbul dari cara bicara seseorang yang menghalangi komunikasi misalnya yang terjadi antara pekerja dan konsumen, terjadi kerena terdapat perbedaan komunikasi yang digunakan dan kurangnya kemampuan pemahaman atas suatu komunikasi yang dilakukan, kemudian hambatan internal seperti bangunan yang masih sederhana, serta pekerja yang kurang memahami masalah motor.

Kata Kunci : Komunikasi, Bisnis, Tunarungu.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI ii

DAFTAR LAMPIRAN vi

ABSTRAK ix

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Definisi Operasional 6
   1. Komunikasi Bisnis 6
   2. Tunarungu 7
   3. Usaha 8

BAB II LANDASAN TEORI 9

A. Kajian Terdahulu 9
B. Komunikasi 11
   1. Pengertian Komunikasi 10
   2. Unsur-unsur Komunikasi 11
   3. Fungsi Komunikasi 15
   4. Proses Komunikasi 16
   5. Bentuk Dasar Komunikasi 16
C. Hubungan Bisnis dengan Komunikasi 21
   1. Pengertian bisnis 21
   2. Etika Bisnis 22
   3. Usaha Produksi 23
   4. Hubungan Komunikasi Dengan Bisnis 23
D. Komunikasi Bisnis 22
   1. Tujuan Komunikasi Bisnis 24
   2. Fungsi Komunikasi Bisnis 25
   3. Keterampilan Komunikasi Bisnis 26
   4. Peranan Komunikasi Bisnis 26
E. Media Komunikasi Bisnis 28
   1. Lisan 29
   2. Tertulis 29
F. Hambatan dalam Komunikasi Bisnis 30
   1. Masalah dalam Mengembangkan Pesan 30
   2. Masalah dalam Menyampaikan Pesan 30
   3. Masalah dalam Menerima Pesan 31
   4. Masalah dalam Menafsirkan Pesan 31

G. Manajemen Pemasaran 32
1. Aspek pasar 32
2. Permintaan dan Penawaran 32
3. Sikap, Perilaku dan Kepuasan Konsumen 32
a. Sikap Konsumen 32
b. Perilaku Konsumen 34
c. Kepuasan Konsumen 34
H. Disabilitas 35
1. Pengertian Disabilitas 35
2. Penyebab Disabilitas 37
3. Proses Komunikasi Orang Disabilitas 39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 42

A. Metode yang Digunakan 42
B. Sumber Data 43
1. Primer 43
2. Skunder 43
C. Informan Penelitian 43
D. Teknik Pengumpulan Data 44
E. Teknik Analisis data 46

BAB IV HASIL PENELITIANDANPEMBAHASAN 48

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 48
B. Proses Komunikasi dan Bisnis Tunarungu 49
C. Bentuk-bentuk Bisnis Tunarungu 52
1. Usaha Perseorangan Berizin 52
2. Usaha Perseorangan yang Tidak Memiliki Izin 52
D. Keberhasilan Bisnis Tunarungu 53
E. Bisnis Tunarungu dalam Mempertahankan Hidup 56
F. Hambatan-hambatan Komunikasi Tunarungu 58
G. Hambatan-hambatan Bisnis Tunarungu 61
H. Peluang-peluang Bisnis Tunarungu 63

BAB V PENUTUP 66

A. Keseimpulan 66
B. Saran 67

DAFTAR PUSTAKA 68

DAFTAR lAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa perlu berkomunikasi. Komunikasi adalah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya, diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak adam hawa.[1]

Berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain, tentu saja mempunyai tujuan dan harapan tertentu yang ingin didapatkan. Salah satunya adalah menyampaikan informasi kepada orang lain, agar orang lain dapat mengetahui tentang produk yang disediakan dalam dunia bisnis mereka masing-masing.[2]

Ilmu komunikasi terdapat komunikasi yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan baik agar mencapai tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh masing-masing individu. Bagi pembisnis tentulah sangat diperlukan untuk mengetahui komunikasi apa yang harus dipakai dan diperlukan untuk mencapai target dalam pencapaian dalam tujuan bisnisnya.

Komunikasi dalam berbisnis diperlukan karena adanya keyakinan bahwa manusia dalam hidupnya tidak boleh menyerah pada keadaan, baik pada lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Manusia terlahir untuk menjawab

[1]Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikas*i, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), hal. 1-4.

[2]Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta : Erlangga, 2006), hal. 3.

tantangan (*Challenge response*) yang ia hadapi. Manusia juga terlahir sebagai makhluk rasional yang memiliki potensi untuk mengubah kehidupannya dari cara tradisional menjadi moderen, dari yang sulit ke cara hidup yang mudah dan menyenangkan. Keinginan manusia untuk mengubah kehidupnya ini menjadi filosofi perencanaan, bahwa perubahan itu dilakukan untuk memperoleh kepuasan dengan hasil yang optimal, serta adanya upaya untuk melakukan penyesuaian jika ada terjadi kendala dalam mencapai tujuan yang diinginkan.[3]

Salah satuproblema yang sangat penting yang dihadapi negara-negara di dunia terutama negara-negara yang sedang berkembang adalah bagaimana memerangi kemiskinan. Di negara-negara sedang berkembang, pada umumnya upaya pengantasan kemiskinan dilakukan dengan pembangunan yang bertumpu pada pertumbuhan ekonomi. Dengan asumsi bahwa pertumbuhan *output* nasional atau *Gross National Produc* (GNP) dapat mendorong kegiatan ekonomi lainnya, yang pada gilirannya menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan peluang usaha.[4]

Zaman moderenisasi sekarang ini bisnis menjadi salah satu pilihan yang sangat banyak diminati dalam semua kalangan, baik tua maupun muda. Bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu atau kelompok yang teroganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

---

[3]Alo liliweri, *Komunikasi Serba Ada Seraba Makna*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2011), hal. 239.

[4] Ika sulistiawati, " Pemberdayaan Masyarakat Miskin Penyandang Disablitas Melalui Pengembangan Industri Kreatif "Limbah Singkong" Di Kabupaten Ponorogo", Jurnal Lentera, VOL. 14, No.2 , September 2016, email : ika.susilawati79@gmail.com. Diakses pada 30 Juni 2018.

Menurut Steinhoff sebagaimana dikutip oleh Ismail Solihin disebutkan, "*Business is all those activities involved in providing the goods and services needed or desired by people*". Dalam kegiatan ini bisnis sebagai aktivitas yang menyediakan barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen, dapat dilakukan oleh organisasi perusahan yang memiliki badan hukum, perusahan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti pedagang kaki lima, warung tidak memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), serta usaha informal lainnya.[5]

Pada umumnya berbisnis sekarang ini banyak dilakukan dengan memiliki perusahan, toko yang besar, dan tempat-tempat yang sangat strategis dan memiliki perlengkapan yang sangat lengkap dan moderen, hingga tak jarang mencari calon karyawan dengan mengikuti berbagai katagori pengujian kelayakan bekerja untuk bisa berkerja di tempat kerja yang diinginkan, karena sekarang ini banyak pemiliki usaha yang menginginkan pekerja dengan memiliki skill yang baik dan memilih karyawan yang tidak memiliki sedikitpun kekurangan pada dirinya agar bisnis atau usahanya yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar dan baik. Dalam berbisnis tidak hanya orang normal saja yang mampu menjalankan bisnis atau membangun usaha, akan tetapi orang yang memiliki keterbatasan seperti tunarungu sekalipun mampu menjalankan bisnis.

Salah satunya adalah usaha bisnis Andri tunarungu usaha motor yang pemilik dan pekerjanya dijalankan oleh para tunarungu di Pango Raya Banda

[5]Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 3.

Aceh, mereka mampu membangun usahanya dengan baik, layaknya para pembisnis yang dijalankan oleh orang normal, hingga penyandang disabilitas seperti mereka memiliki pekerjaan yang layak.

Dapat kita lihat dizaman sekarang ini masih banyak penyandang disabilitas yang mengalami diskriminasi dalam pemenuhan haknya, dan dalam hal beragai layanan publik.[6] Apalagi sekarang ini banyak orang yang tidak normal mengambil jalan pintas dan menghalalkan berbagai cara hanya demi untuk mendapatkan uang dengan cepat. Baik itu dengan cara mengemis, dan melakukan kebohongan, sehingga membuat dirinya seperti orang-orang yang kekurang fisik dengan menipu orang lain dan ada juga yang menggunakan kekurangan yang dimiliki oleh dirinya sendiri untuk meminta-minta atau mengemis demi mendapatkan belas kasihan dan rupiah demi rupiah.

Namun, tidak sama halnya dengan pembisnis satu ini. Tentulah dalam menjalankan bisnisnya mereka harus menjalin komunikasi yang tepat dan baik walaupun dengan keterbatasan yang mereka miliki agar bisnisnya tetap berjalan dengan baik dan lancar sehingga mencapai target yang diinginkan. Maka dari itu disini penulis tertarik untuk meneliti "**Komunikasi Bisnis Tunarungu Dalam Upaya Menjalankan Usaha**" **(Studi pada Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh)**, karena ingin mengetahui komunikasi bisnis apa yang digunakan tunarungu dalam upaya menjalankan bisnisnya agar bisa tetap bertahan

[6]Ika sulistiawati, " Pemberdayaan Masyarakat Miskin Penyandang Disablitas Melalui Pengembangan Industri Kreatif "Limbah Singkong" Di Kabupaten Ponorogo", Jurnal Lentera, VOL. 14, No. 2, September 2016, email : ika.susilawati79@gmail.com, diakses pada 30 Juni 2018.

dan usahanya berjalan dengan lancar walaupun dengan keterbatasan yang ada mereka miliki.

B. Rumusan Masalah

Adapun masalah yang penulis angkat berdasarkan latar belakang di atas adalah :

1. Bagaimana komunikasi bisnis tunarungu dalam upaya menjalankan usaha?
2. Apa saja hambatan dalam proses komunikasi bisnis tunarungu dalam upaya menjalankan usaha ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui komunikasi bisnis yang dilakukan tunarungu dalam upaya menjalankan usaha.
2. Untuk mengetahui apa saja hambatan dalam proses komunikasi bisnis tunarungu dalam upaya menjalankan usaha.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis

   Sebagai bahan masukan bagi penulis dan bagi studi lainnya yang ingin meneliti masalah yang serupa di masa yang akan datang.

2. Secara praktis

   Menjadi masukan bagi pengambil kebijakan terkait dengan usaha bisnis disabilitas.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

E. Definisi Operasional

Menghindari kesalahpahaman dalam pembahasan penggunaan istilah-istilah dalam judul skripsi ini, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa kalimat yang terdapat dalam judul skripsi ini. Adapun kalimat-kalimat yang memerlukan penjelasan sebagai berikut:

1. Komunikasi Bisnis

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa perlu berkomunikasi. Komunikasi adalah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya, diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak adam hawa.[7]

Sedangkan kata bisnis, berasal dari bahasa inggris *business*. Bisnis dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu aktivitas dari berbagai instutusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari.[8]

Jadi komunikasi sangatlah diperlukan dalam kehidupan ini dalam mecapai berbagai hal yang diperlukan oleh individu maupun kelompok. Sedangkan bisnis merupakan suatu hal yang menawarkan barang ataupun jasa yang bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari.

Jadi komunikasi bisnis yang penulis maksud disini yaitu bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh para tunarungu dalam menjalankan bisnis

[7]Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikas*i, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), hal. 1-4

[8]Manullang, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2013), hal. 2.

sehingga dapat tercapainya komunikasi yang baik dalam usaha bisnisnya. Dan bisnis yang penulis maksud didalam pembahasan ini adalah bisnis atau usaha yang menawarkan barang dan juga jasa seperti perlengkapan kendaraan motor, dan usaha yang memberikan jasa pencucian motor, dimana dalam bisnisnya mereka membuka 2 (dua) usaha sekaligus, dan pemilik dan pekerja pada usaha tersebut adalah orang tunarungu dan tunawicara.

2. Tunarungu

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti dari tunarungu adalah "tidak dapat mendengar".[9] Jadi Tunarungu adalah orang yang tidak dapat mendengar suara atau ucapan yang disampaikan oleh orang lain atau lawan bicaranya.

jadi tunarungu yang penulis maksud di dalam pembahasan ini ialah dimana seorang individu yang tidak dapat mendengar dan sekaligus seorang invidu tersebut juga tidak bisa berbicara atau biasa disebut dengan istilah bisu dan tunawicara. Tunawicara adalah orang tidak dapat berbica untuk menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan melaui vocalnya, melainkan ia menyampaikannya dengan menggunakan bahasa non-verbal, jadi yang penulis maksud dalam pembahasan ini dimana dalan diri seseorang yang menjalankan usaha memiliki dua kekurangan sekaligus.

3. Usaha

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti dari usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai sesuatu

[9]Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi 3,(Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal. 1223.

maksud, pekerjaan, perbuatan, daya upaya, ikhtiar untuk mencapai sesuatu maksud.[10] Usaha juga merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk mendapatkan penghasilan berupa uang atau barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mencapai kemakmuran hidup. Tentu usaha yang dilakukan terus menerus akan membuahkan hasil yang maksimal, yang artinya kalau bicara mengenai usaha, maka kegiatan untuk mencapai keuntungan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Jadi usaha yang peneliti maksud di sini yaitu usaha yang menawarkan barang dan jasa otomotif yang dilakukan oleh orang tunarungu yaitu termasuk pemilik dan pelayan atau pekerja di usaha bengkel tersebut.

[10]Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*..., hal. 927.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penilitian yang dilakukan oleh Sofyan Prasetyo, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Desember 2016, dengan judul skripsi, "Komunikasi Bisnis Pelaku Usaha Mebel" (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Bisnis Pelaku Usaha Mebel di Dukuh Mutihan-Mojosawit, Desa Seranan, Kecamatan Juwiring, Kabupaten Klaten Dalam Menjaga Keberdaan Bisnis Mebel).[1]

Persamaan penelitian ini terletak pada judulnya yaitu sama-samameneliti tentang komunikasi Bisnis. Perbedaannya yaitu fokus pada penelitiannya pada pelaku usaha mebel dalam menjaga keberadaan bisnis mebel, dan lokasi penelitiannya.

Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa para pengusaha mebel melakukan komunikasi bisnis dengan orang-orang yang terlibat langsung dalam usaha seperti komsumen, pekerja dan sesama pengusaha mebel lainnya. Komunikasi bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha mebel yaiti komunikasi dengan pembeli, pemasaran, hubungan dengan pekerja, hubungan dengan pengusaha lainnya.

[1]Sofyan Prasetyo, "Komunikasi Bisnis Pelaku Usaha Mebel" (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Bisnis Pelaku Usaha Mebel di Dukuh Mutihan-Mojosawit, Desa Seranan, Kecamatan Juwiring, Kabupaten Klaten Dalam Menjaga Keberdaan Bisnis Mebel), Universitas Muhammadiyah Surakarta, Desember2016. Diakses Juni 2018.

Penelitian selanjuatnya dilakukan oleh Noviana Aini. Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel Surabaya pada Juli 2010, dengan judul skripsi "Pola Komunikasi Bisnis Perempuan Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil" (Studi pada Kelurahan Jemur Kecamatan Woncolo Surabaya).[2]

Persaaman penilitian disini yaitu sama-sama meneliti tentang komunikasi bisni. Perbedaanya adalah fokus penelitian ini terhadap perempuan dalam meningkatkan usaha mikro kecil, dimana lokasipenelitian dilakukan pada kelurahan Jemur Wonosari Kecematan Wonocolo Surabaya.

Didalam kajiannya, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan subjek penelitian yaitu ibu rumah tangga. Tujuan penelitian ini adalah mengkaji lebih dalamproses komunikasi bisnis perempuan pengusaha untuk mengetahui pola komunikasi yang dilakukan perempuan pengusaha di desa tersebut.

Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa proses komunikasi bisnis yang dilakukan perempuan pengusaha dalam meningkakan usahamikro kecilmereka yakni komunikasi timbal balik dari perempuan pengusaha kepada para konsumen secara langsung. Sedangkan pola komunikasi yang diterapkan oleh perempuan pengusaha meliputi pola tindakan komulatif, pola tindakan teologis, dan pola tindakan normatif.

[2]Noviana Aini, "Pola Komunikasi Bisnis Perempuan Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil" (Studi pada Kelurahan Jemur Kecamatan WoncoloSurabaya), Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwa, Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel, Surabaya Juli 2010. Diakses Juni 2018.

B. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Cherrymengatakan sebagaimana yang dikutip oleh Hafied Canggara di dalam bukunya, istilah komunikasi berpangkal dari perkataan latin *Communis* yang artinya memuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antar dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dariakar kata bahasa latin *Communico* yang artinya membagi.

Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar manusia, melalui pertukaran informasi, untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku. Everett M. Rogres seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.[3]

2. Unsur-unsur Komunikasi

Dalam ilmu pengetahuan unsur atau elemen adalah konsep yang dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan (*body of knowledge*).

a. Sumber-Enkoder

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari

[3]Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikas*i..., hal. 17-18.

satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, oraganisasi atau dalam bahasa Inggrisnnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.[4]

Sumber komunikasi, setelah menentukan cara yang inginkan untuk mempengaruhi penerimanya, menyampaikan pesan yang dimaksudkan untuk menghasilkan respons yang diinginkan. Paling tidak memiliki empat macam faktor yaitu : (1) kecakapan Komunikasi, (2) sikap, (3) tingkat pengetahuan, (d) posisi dalam sistem sosiokultural.[5]

b. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.[6] Di dalam pesan paling tidak ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu 1. Kode pesan atau *message code*, 2. Isi pesan atau *message content*, dan 3. Pengelolaan pesan atau *message treatment.*[7]

c. Media

Media yang dimaksud di sini ialah yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat bebarapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalamkomunikasi antarpribadi pancaindra dianggap sebagai

[4]Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikas*i..., hal 24.
[5]Muhammad Budyatna, *Komunikasi Bisnis Silang Budaya*, Edisi Pertama (Jakarta: Kencana, 2012), hal. 13.
[6]Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikas*i..., hal. 24.
[7]Muhammad Budyatna, *Komunikasi Bisnis Silang Budaya*..., hal. 25.

media komunikasi. Selain indra manusia, ada juga saluran komunkasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima bisa disebut berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, ataupun saluran.

e. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

f. Tanggapan balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam yaitu lingkungan fisik, ligkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik misalnya geografis. Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh, dimana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya.

Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi, dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial.

Dimensi psikologi adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan khalayak.

Dimensi waktu menjunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena pertimbangan waktu, misalnnya musim. Perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai.

Jadi, setiap unsur memliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya.

Artinya tanpa keikut sertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.[8]

3. Fungsi Komunikasi

Melalui komunikasi dapat merencanakan masa depannya, membentuk kelompok dan lain-lain. Dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan informasi, opini, ide, pengetauhuan, perasaan, sikap, perbuatan dan sebagainya kepada sesama secara timbal balik, baik sebagai penyampai maupun penerima pesan. Widjaja mengemukakan bahwa fungsi komunikasi ada delapan yaitu : (1) informasi, (2) sosialisasi, (3) Motivasi, (4) perdebatan dan diskusi, (5) pendidikan, (6) memajukan kebudayaan, (7) hiburan, (8) integrasi.[9]

Harold D. Laswel mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain manusia dapat mengontrol lingkungannya, beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, sertamelakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya. Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreatifitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri serta meningkatkan kematangan berfikir sebelum mengambil keputusan. Mengembangkan kreatifitas imajinasi berarti menciptakan suatu lewat daya nalarmelalui komunikasi dengan diri sendiri. Juga dengan cara seperti ini seseorang dapat mengetahui keterbatasan-keterbatasan yang dimilikinya, sehingga tahu diri, tahu membawa diri, dan tahu menempatkan diri dalam masyarakat.[10]

---

[8]Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*..., hal. 25-31.

[9]H. A. W. Widjaja, *Komunikasi & Hubungan Masyarakat*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2008), hal. 9-10.

[10]Onong Uchiyana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000), hal. 59-60.

4. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah proses penyampaian lambang-lambang yang mengandung arti melalui (media) kepada sasaran untuk mengharapkan hasil tertentu. D. Laswel mengatakan sebagaimana yang dikutip oleh Teguh Meinanda di dalamnya bukunya mengemukakan proses atau kegiatan komunikasi tersimpul dalam jawaban dari *who, says whats, in with channel, to whom and with what effect.*[11]

Proses komunikasi adalah proses penyampaian lambang-lambang yang mengandung arti melalui (media) kepada sasaran untuk mengharapkan hasil tertentu.[12]Jika ditinjau dari prosesnya, komunikasi dapat dibagi dalam empat bagian berikut :

1. Proses komunikasi primer, yakni penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan) dengan menggunakan lambang sebagai medianya. Lambang ini umumnya berbentuk bahasa. Namun, bagi orang-orang yang memiliki keterbatasan dengan suatu bahasa, lambang ini bisa berbentuk gerak tubuh, gambar, isyarat dan sebagainya.
2. Proses komunikasi skunder, yakni penyampaian pesan oleh komunikator dengan menggunakan media. Contoh media termasuk dalam katagori komunikasi skunder adalah telfon, surat, radio, televisi dan alat-alat komunikasi lainnya.

[11]Teguh Meinanda, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik*, Edisi 1, (Bandung : Armico, 1981), hal. 4.

[12]Teguh Meinanda, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik*, Edisi 1, (Bandung : Armico, 1981), hal. 4.

3. Proses komunikasi linier, yakni penyempaian pesan oleh komunikator kepada komunikan tanpa perlu adanya timbalbalik secara langsung. Contoh komunikasi radio, televisi dan lain sebagainya.
4. Proses komunikasi sekuler, yakni kebalikan dari komunikasi linier di mana pihak komunikator dan komunikan bisa langsung melakukan interaksi.[13]

Proses komunikasi bisnis tunarungu, proses komunikasi terjadi melalui proses komunikasi nonverbal, komunikasi nonverbal dilakukan dengan kode-kode presentasional seperti gerak tubuh, gerakan mata, ataupun kualitas suara.[14] Komunikasi nonverbal sering tidak terencana atau kurang terstruktur. Namun, komunikasi nonverbal memiliki pengaruh yang lebih besar daripada komunikasi verbal. Isyarat-isyarat komunikasi nonverbal adalah sangat penting terutama untuk menyampaikan perasaan dan emosi seseorang.[15]

Bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis adalah komunikasi nonverbal. Hal ini, disebabkan karena sebelum manusia mengggunakan kata-kata, manusia telah terlebih dulu menggunakan gerakan-gerakan tubuh, bahasa tubuh (*body Language*), sebagai alat untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Kode Nonverbal

Kode nonverbal biasa disebut bahasa isyarat atau bahasa diam (silen language). Studi Al Bert Mahrabian menyimpulkan bahwa tingkatan kepercayaan

[13]Fahmi Amirullah, *Buku Pintar Bahasa Tubuh Untuk Guru*, (Jogjakarta: DIVA Press, 2012), hal. 44-46.
[14]Jhon Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 110.
[15]Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*..., hal. 9.

berasal dari orang hanya 7 persen berasal dari bahasa verbal, 38 persen dari vokal suara dan 55 persen dari ekspresi muka. Ia juga menambahkan bahwa jika terjadi pertentangan antara apa yang diucapkan seseorang dengan perbuatannya, maka orang lain cenderung mempercayai hal-hal yang bersifat nonsverbal.

Mark Knapp dalam buku yang ditulis oleh Hafied Canggara menyebutkan bahwa penggunaan kode nonverbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk meyakinkan apa yang diucapkannya (repetition), menunjukan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*), menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*), dan juga menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna.[16]

5. Bentuk Dasar Komunikasi

Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti anda dapat menelpon dan melakukan percakapan dengan Supervisor atau meninggalkan pesan *voice mail*, apabila Supervisor anda tersebut tidak berada di tempat atau dapat juga anda menulis memo dan mengirmkannya ke email. Komunikasi juga dapat bersifat normal atau informal, internal atau eksternal dan dapat juga bersifat verbal dan non verbal.

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunkasi dalam bentuk percakapan atau tertulis. Setiap orang dalam komunitas, berkomunikasi secara verbaldalam menyampaikan pesan atau informasi. Komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata untuk menyatakan ide dan gaya yang disesuaikan dengan

[16]Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi...*, hal. 107-109.

situasi dan lawan komunikasi. Penggunaan gaya bicara sangat berpengaruh terhadapa minat lawan komunikasi.

Dengan berkomunikasi secara lisan, seseoang dapat langsung menerima *feed back*, sedangkan pesan tertulis, seseoang harus menyusun pesan, menulis, mengirim dan harus menunggu balasan atau *feed back*. Bentuk komunikasi verbal (selain berbicara atau komunikasi secaralisan), dapat dilakukan dengan cara lain, seperti :

a) Membuat dan mngirim surat klaim
b) Membuat dan mengirim surat penawaran harga kepada pihak lain.
c) Membuat dan mengirim surat pemesanan barang kepada pihak lain.
d) Mengirim dan kontrak kerja kepada pihak lain.
e) Memberi informasi kepada pelanggan, yang meminta informasi tentang produk-produk baru.
f) Berdiskusi dalam suatu tim.
g) Melakukan wawancara kerja, dengan para pelamar kerja di suatu perusahaan.
h) Mengadakan *briefing* dengan staf karyawan.
i) Mengadakan pelatihan manajemen kepada manajer operasional.
j) Melakukan presentasi proposal pengembangan perusahan dihadapan timpenguji.
k) Melakukan *teleconference* dengan pihak lain.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

l) Melalui komunikasi lisan dan tulisan, diharapkan seseorang dapat memahami dengan baik apa yang telah disampaikan oleh si pengirimvpesan.[17]

b. Komunikasi Non-Verbal

Bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis adalah komunikasi nonverbal. Hal ini disebabkan karena sebelum manusia menggunakan kata-kata, manusia telah terlebih dahulu menggunakan gerakan-gerakan tubuh, bahasa tubuh (*body language*) sebagai alat berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi nonverbal, dapat tercemin dari perilaku atau tingkah laku yaitu :

a) Menggeretakkan gigi untuk menunjukkan kemarahan.
b) Mengerutkan dahi untuk menunjukkan seseorang sedang serius atau berfikir.
c) Gambar pria atau wanita yang dipasang di pintu masuk toilet, untuk menunjukkan kamar sesuai dengan jenis kelaminnya.
d) Berpangku tangan untuk menunjukkan seseorang sedang melamun.
e) Tersenyum dan berjabat tangan dengan orang lain untuk mewujudkan rasa senang, simpati dan penghormatan.
f) Membuang muka untuk menunjukkan sikap tidak senang atau antipati terhadap orang lain.
g) Menggelengkan kepala untuk menunjukkan sikap menolak atau keheranan.

[17]Marihot Manullang, *Pengantar Komunikasi Bisnis*, (Bandung : Citapustaka Media, 2014), hal. 3.

h) Asbak di atas meja yang menunjukkan tamu diperkenankan atau boleh merokok.

i) Mengirimkan bunga sebagai tanda kesuksesan,cinta atau duka cita.[18]

Dalam komunikasi nonverbal, sesorang dapat mengambil kesimpulan tentang berbagai macam perasaan dan tujuan yang ingin disampaikan.

Kebaikan dari komunikasi nonverbal adalah kesahihannya, karena 1) dari bahasa tubuh atau isyarat yang keluar dari seseorang, maka kita dapat mengetahui tujuan yang sebenarnya ingin disampaikan oleh sesorang, 2) dengan menggunakan kata-kata, penyampaiannya lebih dapat diatur, sehingga terkadang kita merasa ragu akan kebenarannya.

Komunikasi nonverbal memiliki beberapa tujuan penting, yaitu :

a) Menyediakan atau memberi informasi.

b) Mengatur alur suatu percakapan.

c) Mengekspresikan emosi.

d) Memberi sifat, melengkapi dan mengembangkan komunikasi verbal.

e) Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.

f) Mempermudah tugas-tugas khusus.[19]

C. Hubungan Bisnis dengan Komunikasi

1. Pengertian bisnis

Kata bisnis, berasal dari bahasa inggris *business*. Bisnis dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu aktivitas dari berbagai instutusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari.[20]

---

[18]Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, Edisi 4, (Erlangga, 2011), hal. 4
[19]Marihot Manullang, *Pengantar Komunikasi Bisnis*..., hal. 4-5.

Skinner mendifinisakan bisnis sebagaimana dikutip oleh Muhammad Ismail di dalam bukunya yaitu bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Sedangkan Straub Atter mengatakan bisnis tidak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa yang diinginkan konsumen untuk memperoleh profit.[21]

Sifat dasar sebuah bisnis berarti guna memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. Karena bisnis merupakan suatu sistem dalam masyarakat, maka ada hubungan timbal balik antara bisnis dan unsur-unsur lain di masyarakat. Setiap tindakan yang dilakukan pembisnis mempengaruhi sistem sosial yang lebih besar. Sistem bisnis tidak terlepas sistem politik, dan merupakan bagian daripada sistem ekonomi, serta bergerak di dalam suatu sistem hukum. Bisnis seperti disebut di atas merupakan suatu sistem, dan terdiri dari beberapa sub-sistem yang lebih kecil yang disebut industri. Setiap industri terdiri dari banyak perusahan yang masing-masing memproduksikan beraneka jenis produk. Setiap perusahaan terdiri dari bebarapa susb-sistem yaitu : produksi, pemasaran, dan keuangan.[22]

2. Etika bisnis

Etika bisnis terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran berusaha (bisnis). Kebenaran di sini yang dimaksud adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan

---

[20]M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2013), hal. 2.

[21]Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta : Gema Isnani, 2008), hal.15.

[22]Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*..., hal.8.

diakui prinsip-prinsipnya baik oleh masyarakat, perusahaan dan individu. Banyak perusahaan yang kurang sukses dalam berusaha karena kurang jujur terhadapkonsumen dan tidak menjaga atau memelihara kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen.[23]

3. Usaha Produksi

Agar produksi barang dan jasa terjamin kelancarannya, maka perlu dijamin keberadaan dan kemanfaatan fasilitas produk seperti bangunan, mesin, peralatan, dan investasi sehingga untuk itu perlu dipikirkan penetapan, penyimpanan, perlindungannya.[24] Tugas penting bagian produksi adalah menciptakan barang yang sesuai dengan keinginan konsumen. Kebanyakan konsumenmenginginkan barang yang murah tetapi tinggi kualitasnnya. Memenuhi keinginan konsumen, bagian produksi dan operasi harus berusaha mewujudkan barang yang tinggi, dan dapat menciptakan barang yang bermutu. Kualitas adalah salahsatu alasan yang membuat konsumen ingin membeli barang atau ingin menggunakan suatu jasa perusahaan. Karenasecara defisini kualitas merupakan suatu hasil memproduksi barang dan jasa dengan ciri dan karakter tertentu dengan standar kepuasan seperti apa yang diduga oleh konsumen. Sifat yang subjektif menyebabkan perusahan tidak hanya dituntut memproduksi barang yang baik, tetapi juga harus sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen.[25]

4. Hubungan Komunikasi dan Bisnis

Dalam masyarakat terdapat berbagai macam bentuk usaha, masyarakat yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan komunikasi adalah perekat

[23]M. Manullang, *Pengantar Bisnis*..., hal. 15.
[24]Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern*, (Yogyakarta :Graha Ilmu, 2010), hal. 162.
[25]Sadono Sukirno, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Prenada Media, 2004), hal. 151-152.

yang memungkinkan orang-orang tersebut secara bersama-sama melakukan fungsinya dengan baik, dan komunikasi yang terjalin dengan baik adalah kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan.[26] Pengalaman dalam berkomunikasi dapat mengungkapkan kepribadian dan membangun hubungan yang baik, serta dapat mengubah kepribadian dan perilaku seseorang. Komunikasi juga dilakukan untuk memahami sikap dan perilaku manusia.

Dalam dunia bisnis, membutuhkan interaksi, diantara orang-orang yang ada di dalamnya, seperti :

a. Bekerja saja menentukan tujuan yang ingin dicapai.
b. Menyusun rencana kerja.
c. Mengelola dan menjalankan kegiatan bisnis .
d. Pedoman untuk membuat peraturan, mengambil keputusan dan melakukan hubungan dengan berbagai pihak di luar organisasi.

Komunikasi, pada umumnya tidak hanya dilakukan secara individu, tetapi dapat juga dilakukan secara tim atau kelompok. Komunikasi yang dilakukan secara individu, memerlukan keterampilan tersendiri bagi individu yang bersangkutan.[27]

D. Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam dunia bisnis seorang komunikator yang baik harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, juga harus menggunakan berbagai macam alat media komunikasi yang ada

[26]Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*..., hal. 44.
[27]Marihot Manullang, *Pengantar Komunikasi Bisnis*..., hal. 5.

untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain secara efektif dan efesien, sehingga tujuan penyampaian pesan-pesan bisnis dapat tercapai.[28]

Menurut Purwanto komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun nonverbal. Komunikasi dalam bisnis dapat efektif tergantung keterampilan menyampaikan (melalui tulisan dan berbicara) dan menerima (mendengar dan membaca) pesan-pesan bisnis.[29]

Komunikasi bisnis memiliki fungsi informatif, persuasi dan juga kontrol, fungsi informatif suatu fungsi yang memberikan pilihan-pilihan,mengurangi ketidakpastian dan merubah keadaan bisnis yang sedang dilakukan begitu pula dalammembuat keputusan. Fungsi persuasif adalah fungsi dimana komunikasi dapat digunakan untuk mempengaruhi orang lain melalui *treatment* tertentu agar orang lain bertindak seperti apayang kita inginkan. Fungsi kontrol untuk membuka saluran umpan balik dalam aktifitas komunikasi bisnis baik secara individual maupun organisional.[30]

1. **Tujuan Komunikasi Bisnis**
   a. Memberikan informasi kepada klien, partner bisnis, dan atasan dalam organisasi bisnis.
   b. Mempengaruhi orang lain.
   c. Menyelesaikan masalah.

[28]Djoko Purwanto, *Pengantar Bisnis*..., hal. 4.
[29]M. Manullang, *Pengantar Bisnis*..., hal. 4.
[30]Noviana Aini, "Pola Komunikasi Bisnis Perempuan Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil" (Studi pada Kelurahan Jemur Kecamatan WoncoloSurabaya), Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwa, Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel, Surabaya Juli 2010. Diakses Juni 2018. hal. 29-30.

d. Membuat keputusan.

e. Sebagai alat untuk mengevaluasi perilaku.

2. Fungsi Komunikasi Bisnis

a. Menyampaikan informasi

b. Mendidik (*to educate*)

c. Menghibur (*to entertaint*)

d. Mempengaruhui (*to influence*)

3. Keterampilan Komunikasi Bisnis

Ada bebrapa jenis keterampilan berkomunikasi yang dibutuhkan dalam komunikasi bisnis, yaitu :

a. Memiliki kemampuan dalam membaca

b. Memiliki kemampuan utuk mendengarkan

c. Memilikikemampuan untuk menulis

d. Percakapan harus menarik

e. Memiliki kemampuan dalam melakukan wawancara

f. Memiliki kemampuan dalam berdiskusi dengan kelompok kecil

g. Memiliki kemampuan dalam berpidato dan berpresentasi.[31]

4. Peranan Komunikasi Bisnis

Komunikasi dilakukan untuk memahami sikap dan perilaku manusia. Dalam dunia bisnis, sering kita amati kegiatan yang membutuhkan interaksi, diantara orang-orang yang ada di dalamnya seperti :

[31]Marihot Manullang, *Pengantar Komunikasi Bisnis*..., hal. 2.

a. Bekerjasama menentukan tujuan yang ingin dicapai.
b. Menyusun rencanakerja
c. Mengelola dan menjalankan kegiatan bisnis di organisasi
d. Pedoman untuk membuat peraturan, mengambil keputusan dan melakukan hubungan dengan berbagai pihak di luar organisasi

Komunikasi pada umumnya tidak hanya dilakukan secara individu. Tetapi dapat dilakukan juga secara tim atau kelompok. Komunikasi yang dilakukan secara individu, memerlukan keterampilan tersendiri bagi individu yang bersangkutan. Hal yang perlu diperhatikan agar komunikasi individu dapat berjalan efektif antara lain, yaitu :

a. Terbuka (transparan), seperti pesan atau informasi harus disampaikan secara apa adanya atau objektif sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Hindari usaha menutup-nutupi pesan atau informasi, tetapi hendaknya pesan atau informasi disampaikan dalam kondisi apapun, meskipun terkadang akibat yang ditimbulkanya dapat dirasakankurang baik.
b. Tidak arogan dalam menyampaikan pesan atau informasi dan sebaliknya sikap sombong dan merasa bahwa dirinya adalah paling benar perlu dihindari.
c. Adaptif terhadap perkembangan informasi,khususnya yang berkaitan dengan informasi bisnis dan dibutuhkan sikap atau keterampilan dalam memahami setiap perubahan yang terjadi disekitarnya dan yang menyangkut perubahan terhadap informasi.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

d. Kompoten,keahlian komunikasi memang menjadi hal dasar yang wajib dimiliki oleh individu, terlebih apabila ingin menyampaikan informasi di depan masyarakat umum.

e. Antusias,selalu menginginkan hal-hal yang baru, sehingga dapat menambah pengetahuan dan keterampilan dalam berkomunikasi dan selalu mencari hal-hal yang belum pernah dijumpai.

f. Penuh perhatian, selain memiliki kemampuan dalam berbicara, maka setiap individu juga dituntut untuk memiliki keahlian,dalam mendengar atau menyimak, juga selalu *concern*terhadap apa yang ia sampaikan.

g. Cerdas, kaya akan bahan pertimbangan yang sehat dalam memilih topik atau fakta, yang perlu dikemukakan selama berkomunikasi.

h. Sabar dan penuh pengertian. Bahkan pada saat menghadapi orang-orang yang sifatnya tidak terpuji.

i. Jujur,memiliki nilai integrasi yang tinggi.

j. Menguasai subjek dan bahasayang dipergunakan selama berkomunikasi.

k. Memiliki pengetahuan dasartentang proses komunikasi dan metode-metode dalam memberikan dan menerima pesan secara efektif.[32]

E. Media Komunikasi Bisnis

Pesan-pesan bisnis, harus sesuai dengan situasi yang ada. Ide-ide dapat disampaikan melalui dua saluran, yaitu komunikasi lisan (*oral*) dan komunikasi tertulis (*written*). Pilihan mendasar antara berbicara atau menulis, dipengaruhi

[32]Marihot Manullang, *Pengantar Komunikasi Bisnis*..., hal. 5-6.

oleh tujuan atau maksud pesan, *audiens*dan karakteristik dari kedua saluran komunikasi tersebut.[33]

1. Lisan

Salah satu kebaikan dari komunikasi lisan (*oral communication*) adalah kemampuan dalam memberikan umpan balik dengan segera. Saluran ini digunakan, apabila pesan yang disampaikan adalah sederhana, tidak diperlukan catatan permanen. Komunikasi lisan mencakup antara lain : percakapan antara dua orang atau lebih, pembicaraan melalui telepon, wawancara kerja, pertemuan kelompok, seminar, *workshop*, program pelatihan, pidato formal atau presentasi penting lainnya.

2. Tulisan

Komunikasi tertulis memiliki berbagai bentuk seperti : surat, memo, proposal dan laporan. Salah satu kebaikan komunikasi tertulis adalah penulis memiliki kesempatan untuk merencanakan dan mengendalikan pesan-pesan mereka. Format tulisan, diperlukan apabila informasi yang disampaikan bersifat komplek, maka dibutuhkan catatan permanen untuk referensi di masa yang akan datang.

Memilih saluran dan media berkomunikasi, perlu dipertimbangkan tingkat kepentingannya, formalitas, kompleksitas, tingkat kerahasian, emosional dan biaya pengiriman, serta harapan *audiens*.

[33]Marihot Manullang, *Pengantar Komunikasi Bisnis*..., hal. 36-37.

F. Hambatan Dalam Komunikasi Bisnis

Faktor-faktor penghambat komunikasi dapat dikelompokkan ke dalam empat masalah utama yang mencakup antara lain masalah dalam pengembangan pesan, penyampaiannya pesan, penerimaan pesan, dan penafsiran pesan.[34]

1. Mengembangkan Pesan

Sumber masalah potensial dalam mengembangkan suatu pesan adalah dalam memformulasikan suatu pesan. Masalah dalam mengembangkan suatu pesan dapat mencakup antara lain munculnya keraguan-raguan tentang isi pesan, adanya pertentangan dengan situasi yang ada atau masih asing dengan*audiens*, adanya pertentangan emosional, atau kesulitan dalam mengekspresikan ide atau gagasan.

2. Menyampaikan Pesan

Komunikasi dapat terganggu karena munculnya masalah penyampaian pesan dari pengirim ke penerima. Masalah yang paling jelas di sini adalah faktor fisik. Misalnya, terdapat sambungan kabel yang kurang baik pada *sound system*-nya (antara tersambung atau tidak, sehingga muncul bunyi-bunyi aneh), kualitas suara *sound system* yang kurang baik, lampu yang tiba-tiba padam, *audiens* terhalang oleh pilar (tiang bangunan), salinan surat yang tak terbaca, dan lain-lain. Meskipun terlihat biasa, gangguan-gangguan tersebut dapat menghalangi atau mengganggu suatu pesan.

[34]Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*..., hal. 16-18.

3. Menerima Pesan

Masalah yang muncul dalam penerimaan suatu pesan antara lain adanya persaingan antara penglihatan dengan suara, kursi yang tidak nyaman, lampu yang kurang tenang, dan kondisi lain yang dapat mengganggu konsentrasi penerima. Dalam beberapa kasus, gangguan atau masalah penerimaan pesan dapat muncul berkaitan dengan kesehatan si penerima pesan, misalnya pendengaran yang kurang baik, penglihatan yang mulai pudar, atau bahkan sakit kepala. Meskipun tidak menghambat jalur komunikasi secara keseluruhan, tetapi hal-hal tersebut dapat mengurangi kesempurnaan penerima pesan. Gangguan yang pertama kali terjadi umumnya adalah kurangnya konsentrasi, pikiran melayang memikirkanhal-haldiluar yang dibicarakan.

4. Menafsirkan Pesan

Meskipun suatu pesan mungkin hilang selama proses penyampaian pesan, masalah terbesar terletak pada matarantai terakhir, suatu pesan ditafsirkan oleh penerima pesan. Perbedaan latar belakang, perbedaan bahasa, dan pernyataan emosional dapat menimbulkan munculnya kesalahpahaman antara pemberi dan penerima pesan.

G. Manajemen Pemasaran

Menurut Staton, ia mengatakan bahwa pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan

barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.[35]

1. Aspek Pasar

a. Pasar

merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Pendapat ahli yang lain mengatakan bahwa pasar merupakan suatu sekelompok orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar, sehingga dengan demikian terbentuknya harga.

2. Permintaan dan Penawaran

Permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan konsumen yang mempunyai kemampuan berbagai tingkatkan harga. Penawaran diartikan sebagaikualitas barang yang ditawarkan di pasar pada berbagai tingakat harga. Dalam fungsi ini, bila harga suatu barang meningkat, maka produsen akan berusaha meningkatkan jumlah barang yang dijualnnya. Sampai di mana penjual ingin menawarkan barangnnya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh berbagai faktor, diantarnya tingkat harga barang itu sendiri, harga barang lain, ongkos produksi, tingkat teknologi dan tujuan-tujuan perusahaan.[36]

3. Sikap, Perilaku, dan Kepuasan Konsumen

a. Sikap konsumen

Sikap memainkan peranan yang penting dalam membentuk suatu perilaku. Sikap merupakan evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang merespon

[35]Husen Umar, *Studi Kelayakan Bisni*, Edisi 2, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal.67.

[36]Husen Umar, *Studi Kelayaka Bisni*s..., hal. 35-36.

secara konsisten berkenaan dengan obyek atau alternatif-alternatif pilihan yang diberikan.

1) Karakteristik Sikap

Sikap memiliki bebrapa karakteristik, yaitu : Memiliki obyek atau tujuan, sikap berhubungan dengan orang atau obyek tertentu. Sikap merupakan reaksi dan tindakan seseorang atau keadaan obyek tertentu. Memiliki Petunjuk, derajat dan intensitas, sikap menjukkan apa yang dirasakan seseorang terhadap obyek. Derajat menunjukkan seberapa besar orang tersebut suka atau tidak suka. Sedangkan intensitas untuk menunjukkan suatu tingkat keyakinan atau kepercayaan terhadap obyek. Memiliki struktur,struktur sikap mempunyai tiga komponen yang menunjang, yaitu komponen pengetahuan,emosi, dan kecendrungan perilaku. Dapat dipelajari sebuah sikap merupakan hasil sebuah proses belajar yang didahului seorang individu.

2) Sumber Sikap

Pengalaman Pribadi, yakni pengalaman langsung konsumen dengan produk, jasa dan toko yang memebantu menciptakan dan mempertajam sikap konsumen terhadap obyek tersebut. Kelompok, yaitu seseorang dipengaruhi oleh anggota kelompoknya.

3) Fungsi Sikap

Penyesuaian, fungsi ini antara lain, mengarahkan pada obyek yang menyenangkan, menghindari obyek yang tidak menyenangkan, dan penyesuaian sikap terhadap persepsi mereka terhadap sesuatu obyek. Fungsi pertahanan ego,fungsi ini antara lain untuk melindungi diri hal-hal yang merusak citra diri

serta untuk membantu citra diri yang kadang sering tanpa disadari terancam. Fungsi pengekspresian nilai, bahwa sikap memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan niai-nilai, dan fungsi Pengentahuan.

4) Komponen Sikap

Komponen kognitif, komponen ini terdiri atas kepercayaan konsumen dan pengetahuannya tentang obyek.Komponen afektif, perasaan dan reaksi emosional kepada suatu obyek menunjukkan afektivitas dari sikap. Komponen perilaku, komponen ini adalah respon dari seseorang terhdap obyek.[37]

b. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh perusahaan. Perilaku konsumen merupakan tindakan langsung dalammendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.[38]

c. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara yang dia terima dan harapannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.[39]

[37]Husen Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*..., hal. 62-64.
[38]Husen Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*..., hal. 64.
[39]Husen Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*..., hal. 65.

H. Bentuk- Bentuk bisnis

Bentuk usaha yaitu organisasi usaha atau badan usaha yang menjadi wadah penggerak setiap jenis usaha. Bentuk usaha dapat berupa usaha atau bisnis perseorangan, persekutuan dan badan hukum yang didirikan, bekerja dan berkedudukan dalam wilayah. Jika dilihat dari bentuk hukum perusahaannya dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok besar yaitu[40]:

Perusahaan perseorangan (*Single Proprietorship*)

Perusahaan peseorangan adalah perasahaan swasta yang didirikan dan dimiliki oleh pengusaha perseorangan. Pendirian perusahaan perseorang tidak diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD). Pendirian perusahan perseorangan tidak memerlukan perjanjian karena hanya didirikan oleh satu orang pengusaha saja. Perusahaan perseorangan dapat dibagi kedalam dua kelompok, yaitu usaha perseorangan berizin dan usaha perseoranga tidak berizin.

1. **Usaha Perseorangan Berizin**, yaitu perusahaan perseorang yang memiliki izin operasional dan departemen teknis. Misalanya, perusahaan perseorang bergerak dalam bidang perdagangan, maka perusahaan tersebut dapat memeiliki izin seperti Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP) maupun Surat Inzin Usaha Perdagangan (SIUP), atau pengusaha pertambangan perseorangan yang memiliki Surat Izin Pertambangan Daerah (SIDP) yang dikeluarkan oleh Departemen Pertambangan.

[40]Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hal. 28-35.

2. **Usaha Perseorangan yang Tidak Memiliki Izin**, yaitu misalnya, usaha perseorangan yang dilakukan para pedagang kaki lima, toko barang kelontong, pedagang enceran kecil, dan lain-lainnya.

Perusahan Persekutuan (Partnership) Bukan Badan Usaha

Perusahan persekutuan bukan badan hukum, yaitu perusahan swasta yang didirikan dan dimiliki oleh beberapa orang pengusaha secara kerja sama tapi tidak termasuk dalam katagori badan usaha yang berbadan hukum, yang termasuk kedalam kelompok perusahan ini adalah Firma dan Persekutuan Komanditer (Commanditaire Vennootschap/CV). Firma (Fa) adalah persekutuan perdata yang didirikan untuk menjalankan perusahaan dengan nama bersama. Persekutuan perdata adalah perjanjian dengan 2 (dua) orang atau lebih mengikatkan untuk menyetorkan sesuatau kepada persekutuan dengan tujuan untuk memperoleh manfaat atau keuntungan. Persekutuan Komanditer (CV) adalah firma yang memiliki 1 (satu) beberapa orang sekutu komanditer.

Perusahan Berbadan Hukum

Perusahaan berbadan hukum yaitu perusahaan yang didirikan dan dimilki oleh beberapa pengusaha secara kerja sama maupun perusahaan yang dimiliki oleh negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yang termasuk kedalam kelompok perusahaan berbadan hukum yaitu : 1) Perseroan Terbatas, 2) Perusahaan Jawatan, 3) Perusahaan Umum, 4) Perusahaan Perseroan (Persero), 4) Perusahaan Daerah, 5) Koperasi, 6) Yayasan.

I. Disabilitas

1. Pengertian Disabilitas

Disability atau disabilitas adalah keadaan aktual fisik, mental, dan emosi. Misalnya orang yang buta atau tuli mereka memiliki *disability*, ketidakmampuan, yaitu orang tersebut tidak bisa melihat maupun mendengar. James Tren dalam bukunya yang berjudul Inventing *The Feeble Mind* menjelaskan sebagaimana yang dikutip oleh J David Smith bahwa *disablity* yaitu sebagai suatu konstruksi yang perubahan maknanya dibentuk oleh individu yang memulainya, juga para pembuat kebijakan,program dan pelaksanaannya, maupun oleh konteks sosial dimana individu-individu ini mrmberikan respon. Tren menegaskan bahwa konstruksi makna *disability* ini kadang dilakukan atas nama ilmu pengetahuan, perhatian pada orang-orang dengan *disability*, atau demi tuntutan kebutuhan sosial dan ekonomi.[41]

2. Penyebab Disabilitas

Penyebab disabilitas dapat terjadi karena faktor bawaan dari lahir ataupun faktor dari karena adanya kecelakaan, seperti gangguan pendengaran (*hearing loss*), telinga memiliki beberapa bagian seperti : 1) telinga bagian luar, yang terdiri dari daun telinga (prima) dan lubang telinga (*ear canal*). Daun telinga adalah bagian telinga eksternal, yang berfungsi sebagai suatu corong untuk menangkap gelombang suara di udara. Gelombang suara tersebut diarahkan kedalam lubang telinga untuk kemudiandipindahkan ke gendang telinga. Lubang telinga memiliki dua fungsi yaitu untuk memperbesar suara yang dikirimkan ke

[41]J. David Smith, *Sekolah Inklusif*, (Bandung : Nuansa Cendikia, 2013), hal. 32.

gendang telinga, dan dalam lubang telinga terdapat lapisan pelumas telinga dan bulu-bulu halus yang berfungsi sebagai pelindung bagian-bagian dalam telinga. 2) telinga bagian tengah berfungsi sebagai penyampaian atau meneruskan suara yang diterima oleh telinga luar kepada telinga bagian dalam. 3) telinga bagian dalam, merupakan tempat untuk membantu keseimbangan dan menyalurkan suara ke sistem saraf pusat.

Gangguan pendengaran terbagi atas beberapa golongan seperti : 1) Gangguan pendengaran sangat rendah, gangguan pendengaran taraf ringan di mana orang yang mengalami gangguan pendengaran taraf ringan mengalami kesulitan dalam mendengar percakapan kecuali dalam jarak 3 sampai 5 kaki dan saling berahadapan, 2) Gangguan pendengaran taraf sedang di mana orang yang mengalami gangguan pendengaran taraf sedang mengalami kesulitan dalam memahami percakapan kecuali jika diucapkan secara keras, dan mereka juga mengalami masalah serius dalam perkembangan dan pemeliharan kemampuan berbahasa, 3) Gangguan taraf berat di mana mereka mempunyai kesulitan dalam mendengar bunyi-bunyi ucapan dengan baik atau dengan tepat, 4) Gangguan pendengaran taraf sangat berat di mana mereka mungkin mendengar suara yang sangat keras tertentu namun umumnya mereka hanya mengetahui getarannya saja. Pada umumnya mereka mengandalkan penglihatan daripada pendengaran sebangai alat utama dalam berkomunikasi.[42]

[42]J. David Smith, *Sekolah Inklusif*..., hal. 267-273.

3. Proses Komunikasi Orang Disabilitas

Proses dalam menghasilkan ucapan merupakan proses yang kompleks. Proses ini melibatkan beberapa bagian tubuh. Karena proses ini sangat kompleks, bukan sesuatu yang tidak berlangsung sebagaimana mestinya. Kompleksitas proses ini juga merupakan suatu alasan kenapa pola-pola bicara setiap individu menjadi begitu unik, dan menganggap ucapan menjadi aspek yang penting dalam kepribadian.[43]

Dalam berkomunikasi disabilitas berbeda-beda tergantung tingkat kebutuhan khusus yang dimiliki, seperti orang yang memiliki keterbatasan pendengaran dan daya ucap atau bicara, orang yang memiliki keterbatasan seperti tersebut akan menggunakan komunikasi yang pertama yaitu metode manual yang mana pada metode manual memiliki dua komponen dasar yang pertama adalah bahasa isyarat (*sign language*), menggunakan bahasa isyarat standar *American Sign Language* (ASL) untuk manjelaskan kata dan konsep. Bahasa isyarat tidak mempunyai makna ganda dan sebagian besar bisa dibedakan dan tidak serupa satu dengan lainnya. ASL tidak mengikuti struktur tata bahasa Inggris, dan metode oral yaitu menekankan pada pembibingan ucapan dan memebaca ucapan (*speechreading*). Metode manual kedua adalah *finger spelling*, *finger spelling* ini menggambarkan alfabet secara manual, *finger spelling* biasanya digunakan sebagai pelengkap bahasa isyarat, jika tidak ada bahasa isyarat untuk satu kata, maka *finger spelling* biasanya juga digunakan untuk menyebutkan nama secara tepat atau bila orang tidak yakin akan bahasa isyarat untuk kata tertentu.

[43]J. David Smith, *Sekolah Inklusif*..., hal. 204.

Metode oral difokuskan pada pemanfaatan pendengaran yang tersisa yang mungkin masih dimiliki, membaca ucapan biasanya disebut *lipreading* menggunakan isyara-isyarat visual untuk membantu memahami ucapan orang lain, seperti gerak bibir, posisi bibir, serta gigi.

Pada tahun 1969 Maryland School for the Deaf membuat gebrakan baru yaitu metode komunikasi total di mana konsep ini meliputi pengenalan suatu simbol sistem ekspresif, komunikasi total memuat spektrum model bahasa yang lengkap, membedakan gerakan atau mimik tubuh, bahasa isyarat yang formal belajar berbicara membaca ucapan (*speechreading*), isyarat jari tangan (*finger sepelling*), serta belajar membaca dan menulis.[44]

J. Teori Terkait

1. *Diseconomies of Scale*

Melihat masalah yang dikaji dengan teori yang ada maka peneliti di sini menggunakan yaitu teori *Diseconomies of Scale*, yaitu salah satu teori ekonomi mikro yang memberikan sumbangan cukup besar dalam mensukseskan model bisnis lama (*old business model*) adalah skala ekonomi (*economies of scale*). Teori ini menjelaskan, bahwa suatu usaha akan mencapai skala ekonomis, yaitu mencapai biaya yang paling minimal, jika dipenuhi skala produksi (dalam hal ini kuantitas) tertentu. Teori ini menjadi pegangan dalam mendirikan usaha untuk menjalankan usaha harus dicapai skala ekonomis, jika ingin mendapatkan keuntungan.

[44]J. David Smith, *Sekolah Inklusif*, (Bandung : Nuansa Cendikia, 2013), hal. 283-286.

Prospek usaha kecil dan menengah juga cukup menjanjikan sebagai bukti, lima belas tahun sejak pertengahan tahun 80-an, 80%-90% pertambahan nilai ekspor Amerika Serikat dikonstribusikan oleh usaha kecil dan menengahitu sebagai era *Diseconomies of Scale*' istilah ini diambil dari konsep ekonomi micro. Model *Diseconomies of Scale,* usaha kecil harus tetap mengikuti kaidah-kaidah baku untuk mencapai keuntungan, misalnya organisasi yang rapi, startegi bisnis yang tepat, hingga *cashflow* yang sehat. Artinya meski skala usaha kecil namun untuk sukses secara bisnis tetap perlu memenuhi *economies of Scale*.[45]

[45]Sawidji Widoatmodjo, *New Business Model*, (Gramedia : 2005), hal. 126-127.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode yang Digunakan

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metodekualitatif, yakni penelitian kualitatif melampaui berbagai tahapan berpikir kritis-ilmiah, penelitian kualitatif memulai berpikir secara induktif, yaitu menangkap berbagai fakta atau fenomena-fenomena sosial, melalui pengamatan dilapangan, kemudian menganalisisnya dan kemudian berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati.[1]

Penelitian kualitatif merupakan metode (jalan) yang sistematis yang digunakan untuk mengkaji atau meneliti suatu objek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi di dalam dan tanpa ada pengujian hipotesis, dengan metode-metode yang alamiah ketika hasil penelitian yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran ukuran kuantitas, namun makna (segi kualitas) dari fenomena yang diamati.[2]

Menurut Bogdan dan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Lexi J. Moeleong dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif, mendefiniskan metode kualitatif sebagai mana prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif

[1]M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana 2011), hal. 6.
[2]Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jogyakarta : AR-RUZZ Media, 2011), hal. 21.

berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.[3]

B. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif terdapat 2 (dua) sumber data, yaitu :

1. **Primer,** data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan darisumber pertama.[4]Sumber primer juga dengan kata lain adalah melaukan penelitian secara langsung ke dalam dunia nyata, sumber data primer didapat hasil asli dari hasil observasi, survei, dan melakukan wawancara penelitian.[5]
2. **Skunder,** data skunder adalah data yang bukan diperoleh dari sumber pertama.[6] Melainkan tidak diperoleh oleh peneliti secara langsung, seperti melaui buku, catatan, arsip dan sebagainya.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian.[7] Dan yang menjadi informan peneliti disini adalah pemilik bengkel Andri tunarungu dan lima pekerja pada bengkel Andri tunarungu, dan dua pelanggan. Kriteria informan dalam penelitian seperti yang disebutkan di atas, mereka yang mengetahui dan terlibat dalam proses bisnis tunarungu. Penetapan mereka sebagai informan karena mereka setiap hari bekerja sebagai pekerja di bisnis perbengkelan

---

[3]Lexi J. Moeleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* , (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2000), hal. 3.
[4]Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*..., hal. 203-204.
[5]Marihot Manullang, *Pengantar Komunikasi Bisnis*..., hal.193.
[6]Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*..., hal. 203-204.
[7]M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*..., hal. 78.

tersebut. Adapun penelitian ini dilakukan pada tanggal 25 November-18 Oktober 2018.

Tabel 3.1 Daftar Informan

No	Nama	Jabatan
1.	Andri Supriadi	Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya
2.	Dion	Pekerja Pada Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya
3.	Muhazirullah	Pekerja Pada Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya
4.	Nasrullah	Pekerja Pada Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya
5.	Sayuti	Pekerja Pada Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya
6.	Khairunnas	Pekerja Pada Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya
7.	Putra	Pelanggan
8.	Sita	Pelanggan

Sumber : Hasil Wawancara Peneliti

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menemukan data yang diperlukan maka akan di pakai cara sebagai berikut :

1. Observasi, merupakan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera lainnya seperti telinga,penciuman, mulut, dan kulit. Karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindera mata serta dibantu dengan pancaindera lainnya. Jadi observasi atau pengamatan sesungguhnya pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun

data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.[8] Adapun observasi yang peneliti lakukan adalah mengamati langsung keadaan lingkungan bengkel tunarungu usaha motor di Pango Raya Banda Aceh.

2. Wawancara, adalah suatu metode pengumpulan data yang berupa pertemuan dua orang atau lebih secara langsung untuk bertukar informasi dan ide dengan tanya jawab.[9] Wawancara juga proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil menatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial.[10] Wawancara menggunakan panduan wawancara yang berisi butir-butir pertanyaan untuk diajukan kepada informan. Hal ini dapat memudahkan dalam melakukan wawancara, penggalian data dan informasi, dan selanjutnya bergantung improvisasi peneliti dilapangan.[11]Wawancara disini peneliti lakukan secara langsung terhadap pemilik usaha Andri Tunarungu usaha motor Pango Rraya Banda Aceh, pekerjanya dan pelanggan, dengan menggunakan wawancara secara tulisan dan untuk pelanggan menggunakan bahasa verbal.
3. Dokumentasi, digunakan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian agar mendapat data yang relevandalam penelitian. Dokmentasi berupa foto.

---

[8]M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*..., hal. 118.
[9]Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*..., hal. 212.
[10]M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*..., hal. 111.
[11]M. Djunaidy Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta : AR-RUZZ Media, 2012), hal. 176.

4. Studi Pustaka, penelitian ini penulis menelaah buku-buku sebagai rujukan atau sumber informasi dari data tertulis yang ada hubungannya dengan masalah yang penulis kemukakan guna dijadikan sebagai bahan rujukan dan landasan teoritis.

E. Teknik Analisis data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan mengajukan pertanyann lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

Miles dan Huberman mengemukakan sebagaimana dikutip Sugyiyono, bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu pertama *data reduction* ialah data yang diperoleh dari lapangan dan dicatat secara teliti dan rinci lalu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, kedua *data display* yaitu penyajian data, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori dan lainnya, namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat

naratif. Ketiga *conclusion drawing/verification* yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi, kesimpilan awal yang dikemukan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila kesimpilan yang dikemukan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan dalam peneliti kualitatif adalah meupakan temuan baru sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif dan hipotesis atau teori.[12]

[12]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hal. 246.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Bisnis Andri Tunarugu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh

Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh sudah ada sejak tahun 2009, yang didirikan oleh Andri yang juga sebagai pemilik usaha sekaligus sebagai nama yang digunakan untuk usahanya yang merupakan seorang tunarungu dan juga tunawicara, dengan bermodalkan uang 10 juta untuk membangun usaha bisnisnya yang dibuka setiap hari.[1] Tempat bisnis ini berada di Jl.Prof. Ali Hasymi, Pango Raya Banda Aceh tepat di samping waroeng kopi Arabika yang banyak dikunjungi pelanggan, dengan luas bangunan 4x10 M, dengan bangunan berkonstruksi semi permanen tempat usaha ini juga dijadikan Andri sebagai tempat tinggalnya bersama istri dan anaknya, Andri Tunarungu Usaha Motor memiliki lima pekerja di antaranya, empat pekerja merupakan para penyandang disabilitas tunarungu yang juga sekaligus tunawicara, dan salah satu pekerja bukan penyandang disabilitas, dengan membuka beberapa usaha dan jasa pencucian motor dan bengkel, dan tempat usahanya juga dijadikan sebagai tempat pertemuan para penyandang disabilitas sesama tunarungu.[2] Usaha ini didirikan pertama kalinya karena Andri tidak ingin bergantung pada orang tuanya, dan ingin menjadi mandiri dengan mendirikan bisnis sendiri.[3]

---

[1] Hasil Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 2 Oktober 2018.

[2] Hasil Observasi Peneliti di Tempat Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya, Banda Aceh 2 Oktober 2018.

[3] Hasil Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 2 Oktober 2018.

B. Proses Komunikasi dan Bentuk Komunikasi Tunarungu

Proses komunikasi tunarungu tidaklah sama dengan komunikasi yang dilakukan oleh orang normal lainnya, di mana penyandang disabilitas tunarungu dan tunawicara memiliki keterbatasan daya mendengar dan daya berucap maka dari itu dalam menjalankan usaha tunarungu seperti Andri dan pekerjanya menggunakan nonverbal karena nonverbal sendiri adalah suatu penyampaian pesan menggunakan lambang-lambang dan kode-kode yang dapat memudahkan para tunarungu untuk berkomunikasi.

> "Untuk orang tidak bisa berbicara dan mendengar akan lebih tepat menggunakan bahasa isyarat, karena tunarungu yang dipelajari pertama adalah bahasa isyarat, karena untuk berbicara dan mengucapkan kata itu susah dan bisa membuat diri terasa tidak nyaman".[4]

Berkaitan dengan apa yang disebutkan oleh pemilik Andri tunarungu usaha motor, Dion selaku pekerja juga mengatakan :

> "Dalam menjalankan usaha dan berkomunikasi sesama pekerja atau bersama pelanggan lebih nyaman menggunakan bahasa isyarat untuk berkomunikasi, sedangkan dengan pelanggan jika ada yang bisa berbicara dengan bahasa isyarat, kami akan berbicara dengan bahasa isyarat, akan tetapi jika ada pelanggan yang datang dan tidak mengerti, maka kami akan menggunakan perantara kertas untuk menuliskan apa yang ingin kami sampaikan dan apa yang ingin mereka sampaikan."[5]

Konsumen yang datang untuk menggunakan jasa yang ada pada Andri tunarungu usaha motor yang berhasil peneliti wawancarai memberikan pendapat :

> "Komunikasi yang diberikan kepada pelanggan sangat baik, dan jika ada pelanggan yang tidak bisa bahasa isyarat maka menggunakan tulisan yang

[4] Wawancara Bersama Andri, *Pemilik pada Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 17 Oktober 2018.

[5] Wawancara Bersama Dion, *Pekerja pada Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 18 Oktober 2018.

ditulis pada kertas, sehingga dapat membuat komunikasi berjalan dengan baik".[6]

Jika pelanggan tidak bisa bahasa isyarat, mereka akan menyampaikan apa yang mereka maksud dengan menulis di kertas seperti surat, atau mereka akan menyampaikan pesan yang dimaksud melalui salah seorang pekerja yang memang bukan tunarungu.[7]

Dalam menjalankan usaha, karyawan tunarungu melakukan proses penawaran yang cukup menarik untuk mencari pelanggan, salah satunya adalah ketika pelanggan datang untuk membeli barang atau menggunakan jasa mereka, mereka sangat antusias melayani, karena pelanggan bagi mereka sangat menguntungkan dalam menjalankan usaha agar terus berkembang. Tahapan pertama yang tunarungu lakukan ketika melayani penawaran barang seperti oil, suku cadang sepeda motor dan lain sebagainya. Selain itu juga membuka usaha bengkel tunarungu menggunakan bahasa isyarat terhadap pelanggan, bahasa isyarat yang mereka gunakan tergolong sopan, selain itu tunarungu juga memakai jasa penerjemah jika ada pelanggan tidak mengerti bahasa isyarat yang digunakan oleh tunarungu yaitu salah seorang pekerja yang bukan tunarungu, pada proses kedua tunarungu membuka usaha pada bagian jasa, usaha pada bagian jasa yang mereka buka adalah dorsmer, pekerjaan yang tunarungu lakukan sangat bagus sehingga menarik pelanggan untuk menggunakan jasa mereka. Sebagaimana kita ketahui tunarungu memiliki keterbatasan pendengaran, sehingga dalam proses penawaran barang dan jasa, tunarungu tidak begitu mengetahui apa yang

[6] Wawancara Bersama Putra, *Pelanggan*, Banda Aceh 18 Oktober 2018.
[7] Hasil Wawancara Bersama Sita, *Pelanggan*, Banda Aceh 18 Oktober 2018.

diinginkan oleh pelanggan, sehingga harus benar-benar mengetahui maksud yang diinginkan pelanggan, sehingga keterbatasan itulah yang menarik hati pelanggan untuk menggunakan jasa mereka karena tunarungu hanya memiliki mata pencaharian dari usaha mereka, menarik hati pelanggan karena pengnjung merasa tertarik dan kagum terhadap sifat tunarungu yang ramah dan pantang menyerah dalam mencari rezeki tanpa meminta belas kasihan orang lain.[8]

Keterbatasan tidak membuat tunarungu putus asa, akan tetapi dari kekurangan fisik mereka mebuat semangat untuk mencari rezeki dalam menjalankan hidup. Cara kerja tunarungu dalam menjalankan usaha, bagian jasa doorsmer ketika pelanggan sudah berhenti untuk mengantarkan kendaraan yang ingin dicuci pekerja, kemudian pelanggan memarkir kendaraan pada bagian teras doorsmer untuk dicuci, pada jasa tunarungu bagian menempel ban, tunarungu duduk dibengkel menunggu pelanggan datang sambil berbincang-bincang sesama pekerja, ketika pelanggan datang ke bengkel, pekerja menanyakan dengan menggunakan bahasa isyarat kepada pelanggan apa yang di inginkan, atau pelanggan yang akan memberi tahu apa yang mereka butuhkan dan menunjukkan kerusakan yang terjadi pada kendaraan jika ada kerusakan, kemudian kendaraan dibawa masuk ke bengkel oleh pekerja untuk diperbaiki, pelanggan disuruh duduk sambil menunnggu kendaraan yang diperbaiki.

Setelah kendaraan diperbaiki, pelanggan dipersilahkan membayar uang kepada pekerja atau pemilik usaha tersebut, pembayaran dilakukan sesuai kerusakan pada kendaraan, setelah kendaraan diperbaiki, pelanggan dipersilahkan

[8] Hasil Observasi Peneliti pada Tempat Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh, 18 Oktober 2018.

pergi untuk melanjutkan aktivitasnya diluar, tetapi kebanyakan pelanggan mengantarkan kendaraan pada jasa doorsmer, karena pelanggan merasa puas terhadap jasa doorsmer, pekerjaan mereka bagus dan bersih dalam mencuci kendaraan, sehingga pelanggan meras puas karena bersih.[9]

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan terkait proses komunikasi dan bisnis tunarungu dalam menjalakan usaha dapat kita ketahui bahwa, proses komunikasi yang dilakukan oleh pemilik usaha dan pekerjannya terhadap sesama maupun terhadap pelanggan berjalan dengan baik, dengan menggunakan bahasa nonverbal atau bahasa isyarat yaitu bahasa isyarat bahasa indonesia atau biasa dekenal dengan sebutan BISINDO melalui proses komunikasi primer dan skunder yang dilakukan dengan sesama pekerja atau pelanggan yang tunarungu berjalan sangat lancar, dan untuk pelanggan yang tidak bisa menggunakan bahasa isyarat mereka menggunakan alternatif lain yaitu menggunakan selembar kertas yang digunakan untuk menulis pesan-pesan yang ingin disampaikan bisa tersalurkan melalui selmbar kertas tersebut, antara pelanggan dan pekerja pada usaha tunarungu tersebut.

C. Bentuk Bisnis Tunarungu

Terdapat banyak bentuk-bentuk bisnis seperti yang sudah di jelaskan pada bab sebelumnya seperti perusahaan perseorangan yang terdiri dari usaha perseorangan berizin hingga pada usaha perseorangan yang tidak memiliki izin, perusahaan persekutuan dan perusahaan berbadan hukum.

[9] Hasil Observasi Peneliti pada Tempat Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh, 17 Oktober 2018.

> "Usaha yang saya miliki ini memang milik saya sendiri, dan tidak melakukan kerjasama dengan orang lain".[10]

Terkait dengan bentuk usaha diatas, Nasrullah juga menambahkan :

> "Usaha ini memang milik Andri yang dibangun dengan modal dari orang tuanya berjumlah 10 juta untuk membuka usaha ini, yang didalam usaha ini terdiri atas Doorsmeer, Tambal Ban dan Otomotif".[11]

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan terkait bentuk-bentuk usaha tunarungu dapat kita ketahui bahwa bentuk usaha yang dimiliki oleh tunarungu yang penulis fokuskan pada usaha Andri tunarungu berupa usaha motor Pango Raya ini adalah bentuk usaha perseorangan dan termasuk kedalam kelompok bentuk usaha peseorangan yang tidak memiliki izin, di karenakan usaha yang didirikan atas modal sendiri dan tidak memiliki kerjasama terhadap pihak atau orang lain, dan bentuk usaha perseorangan umumnya bermodal kecil, terbatasnya jenis dan jumlah produksi serta memiliki jumlah buruh yang sedikit demikian pula penggunaan alat produksi teknologi yang masih sangat sederhana.

D. Keberhasilan Bisnis Tunarungu

Keberhasilah suatu bisnis ada bebarapa faktor yang dapat menunjang keberhasialan tersebut yaitu :

1. Perhitungan yang tepat dan Skala ekonomi

Proses menjalankan suatu bisnis setiap pemilik usaha harus melihat keuntungan yang dimiliki demi keberhasilan suatu bisnis, sebagaimana yang telah dijelaskan pada teori di bab sebelumnya, bahwa suatu bisnis dapat berhasil apabila

---

[10] Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 17 Oktober 2018

[11] Wawancara Bersama Nasrullah, *Pekerja di Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 17 Oktober 2018.

mencapai skala ekonomis yaitu mencapai biaya yang paling minimal jika ingin mendapatkan keuntungan.

Terkait dengan hal di atas, Andri selaku pemilik usaha yang berhasil peneliti wawancara mengatakan :

> "Usaha yang sudah ada sejak tahun 2009 sampai sekarang Alhamdulillah sudah mengembalikan modal, dengan pendapatan/hari 150 ribu sampai 200 ribu dari doorsmeer ini dan uang masuk lainnya terdapatpada ada atau tidaknya pelanggan yang membuat motor".[12]

2. Perhatian

Pemilik memiliki perhatian lebih besar terhadap pelanggan dan pekerjanya, karena pemilik usaha lebih banyak kontak langsung dengan para pelanggan dan pekerjanya, dan respon yang diberikan akan cepat diterima, dan keberhasilan suatu bisnis tidak harus selalu bermodalkan modal besar, akan tetapi dengan modal yang cukup saja keberhasilan bisnis dapat dicapai jika serius dalam mengelolanya. Pemilik usaha harus memiliki motivasi yang besar untuk mengelola usaha miliknya tersebut.

Dion sebagai pekerja juga memberikan pendapatnya:

> "Usaha dapat berhasil karena adanya komitmen yang dibangun dan juga kepercayan dari para pemilik danpekerja, dan pekerja kepada pelanggan, sehingga usaha ini dapat berjalan sejak tahun 2009 sampai sekarang, yang awalanya hanya memiliki 4 (empat) pekerja, sekarang sudah memiliki 5 (lima) pekerja, karena tanpa adanya komitmen dan kepercayaan untuk menjalakan suatu usaha makausaha itu tidak akan berhasil".[13]

[12]Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda aceh 17 Okotober 2018.

[13]Wawancara Bersama Dion, *Pekerja Pada Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda aceh 18 Okotober 2018.

3. Keramahan

Ketika ada pelanggan atau konsumen yang datang pemilik dan pekerja begitu sangat ramah, dengan memberikan senyuman ramah kepada konsumen yang datang, dengan sikap yang lemah lembut tersebut sehingga membuat konsumen merasa nyaman untuk datang ketempat bisnisnya.[14]

Konsumen yang berhasil peneliti wawancarai mengatakan :

> "Saya memilih tempat ini karena meskipun para pekerja memiliki kekurangan, tapai hati mereka begitu lembut, karena setiap ada pelanggan yang datang, mereka selalu berusaha memberikan senyum hingga membuat pelanggan yang datang merasa nyaman"[15]

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan yang dijumpai pada bisnis tunarungu maka dapat dikatakan bahwa usaha yang telah dibangun untuk mencapai suatu keberhasilan harus memiliki perhitungan yang tepat dan skala ekonomi yang baik, serta harus diiringi dengan adanya kepercayaan yang dibangun dari pihak ekternal (pelanggan) terhadap pekerja yang ada dan internal (pemilik dan pekerja) dan bersikap ramah murah senyum pada usaha yang dijalakan agar bisnis tersebut dapat berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang memuaskan.

[14] Hasil Observasi Peneliti di Tempat Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh, 2 Oktober 2018

[15] Hasil Wawancara Peneliti Bersama Putra di Tempat *Andri Tunarungu Usaha Motor* Pango Raya Banda Aceh, 17 Oktober 2018.

Tabel 4.1 Keberhasilan Bisnis Tuanarungu

No	Keberhasilan Bisnis Tunarungu
1.	Perhitungan yang tepat dan Skala ekonomi yang baik
2.	Perhatian
3.	Keramahan

Sumber : Hasil olah data penulis

E. Bisnis Tunarungu dalam Mempertahankan Hidup

Bisnis sebagai bagian dari sesuatu aktivitas dari berbagai instutusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Hal semacam ini juga yang dijalankan oleh Andri sebagaimana diutarakan berikut ini.

> "Usaha tunarungu yang sedang dijalakan menawarkan barang dan jasa, seperti bengkel untuk tambal ban, otomotif, doorsmeer, yang bisa membuat saya dan pekerja sesama tunarungu bekerja, sama halnya dengan orang normal lainnya, dengan bermodal uang 10 juta rupiah dan mendirikan usaha ini sejak tahun 2009 Membuka Andri Tunarungu Usaha Motor ini dikarenakan tidak ingin dipandang sebelah mata oleh orang-orang, karena penyandang disabilitas dianggap memiliki keterbatasan dan tidak bisa bekerja, dan saat ini sudah dapat mempekerjakan lima orang pekerja yang empat adalah tunarungu dan satunya bukan penyandang disabilitas, mengambil pekerja sesama disabilitas karena tidak ingin melihat teman-teman hidup susah dan tidak memiliki pekerjaan yang tidak layak".

Penerimaan pekerja sendiri, Andri sebagai pemilik tidak membuat peraturan bahwa yang bekerja ditempatnya haruslah orang yang tunarungu juga, akan tetapi siapa yang ingin bekerja dan belajar maka ia menerimanya supaya mereka memiliki skill dan bisa berdiri sendiri, akan tetapi untuk sekarang memang dibatasi dalam penerimaan tenaga pekerja, karena ditakutkan hasil pendapatan

yang tidak sebanding dengan jumlah banyaknya pekerja sehingga tidak dapat membayar para pekerjanya.[16]

Mendirikan usaha ini Andri memang sudah memiliki pengalaman yang dia belajar dari ayahnya, dan ada beberapa kali mengikuti pelatihan-pelatihan ketika masih duduk di sekolah dulu dan tidak ingin bergantungan dengan orang tua, sehingga ia berinisiatif untuk membuka usaha dan menjalankan usaha miliknya sendiri.[17]

Untuk kecukupan hidup sehari-hari Sayuti mengatakan :[18]

> "Uang yang saya dapat perhari dibilang cukup tidak juga, akan tetapi tergantung pada diri masing-masing juga cukup tidaknya penghasilan yang didapatdan tergantung dari jumlah pelanggan yang datang, yang perharinya kurang lebih ada yang datang berjumlah 30 pelanggan yang memiliki tujuan kebutuhan masing-masing, misalnya pendapatan doorsmeer itu 50:50, untuk bengkel 80:20"

Andri juga memberi pendapatnya mengenai pendapatan untuk kecukupan sehari-harinya :

> "Sebenarnya dengan uang yang didapat perhari memang sulit untuk dikatakan cukup, apalagi untuk orang seperti saya yang sudah memiliki istri dan anak, mungkin masih bisa dikatakan cukup, tergantung dari pengeluaran yang dibutuhkan."[19]

Untuk mempertahankan hidup dari bisnis yang dijalankan Andri membangun kepercayaan, dengan melakukan pekerjaan yang rapi, benar dan tetap sesuai yang

---

[16] Hasil Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda aceh 18 Okotober 2018.

[17] Hasil Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor*, Banda aceh 17 Okotober 2018

[18] Wawancara Bersama Sayuti, *Pekerja Andri Tunarungu Usaha Motor*, Banda aceh 18 Okotober 2018

[19] Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor*, Banda aceh 17 Okotober 2018.

diinginkan konsumen, seperti bersih dalam pencucian motor, bagus dalam pembuatan motor-motor yang sedang rusak hingga bagus kembali.[20]

Dari hasil wawancara di atas yang penulis lakukan terkait bisnis tunarungu dalam mepertahankan hidup, bisa kita lihat bahwa usaha tunarungu ini sudah didirikan sejak tahun 2009, yang sudah ada cukup lama dan bisa menghidupi para pekerjanya yang sesama penyandang disabilitas maupun yang bukan penyandang disabilitas tunarungu dan untuk kecukupan hidup sehari-hari tergantung dari banyak atau tidaknya pelanggan yang datang yang terdiri dari bengkel, dan doorsmeer.

F. Hambatan Komunikasi Tunarungu

Menjalankan komunikasi juga sering terjadinya rintangan atau hambatan yang membuat komunikasi berjalan tidak efektif seperti apa yang diharapkan oleh komunikator dan komunikan. Hambatan dalam komunikasi ada tiga faktor, *pertama* hambatan lingkungan adalah bagian-bagian daripada yang ada disekeliling selain faktor manusia, yang memiliki pengaruh negatif terhadap berlangsungnya sebuah komunikasi, seperti ruang yang tidaknyaman, gangguan visualdan kebisingan. *Kedua* hambatan verbal, hambatan verbal timbul dari cara berbicara seseorang yang menghalangi komunikasi yang baik, misalnya berbicara terlalu cepat, tidak bisa menjelaskan suatu masalah, berbicara dengan bahasa asing yang tidak dimengerti, penggunaan istilah, dialek asing, atau singkatan yang tidak lazim, serta tunawicara. *Ketiga* hambatan antarindividu, hubungan antar manusia bisa memberikan dampak negatif terhadap komunikasi jika antara

[20] Hasil Observasi Peneliti di Tempat Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh, 17 Oktober 2018

keduanya terdapat masalah-masalah yang tidak segera diselesaikan. Misalnya, salah paham, sengaja menciptakan situasi ambigu.[21]

Sayuti selaku pekerja menjelaskan bahwa hambatan yang sering terjadi ketika berkomunikasi bersama pelanggan:

> "Hambatan yang sering terjadi, ketika ada pelanggan yang datang dan ingin berkomunikasi, yang tidak tahu bahwa saya dan pekerja adalah tunarungu dan juga tunawicara, sehingga terkadang terjadi kesalahpahaman yang berfikir kami ini tidak peduli dan tidak mendengarkan mereka berbicara".[22]

Setiap berkomunikasi pasti lebih kurang terdapat hambatan baik dari internal dan eksternal, seperti halnya yang dialami oleh Andri, sering kali hambatan yang terjadi dalam mejalankan usaha bisnisnya seperti yang diutarakan di bawah ini :

> "Kalau hambatan bersama pelanggan sering dan banyaknya pelanggan yang tidak mengerti dan bisa berbicara dengan bahasa isyarat, sehingga ketika ada pelanggan yang ingin mengajak bicara seperti orang normal, kami kesulitan dan susah untuk menjawabnya apa yang mereka ingin bicarakan, akan tetapi saya berusaha untuk memberitahu bahwa kami tidak bisa mendengar dan berbicara seperti orang normal".[23]

Andri juga menambahkan, kalau hambatan komunikasi secara internal jarang terjadi karena pekerja bisa berbicara dengan menggunakan bahasa isyarat, paling hanya satu yang tidak bisa bicara bahasa isyarat karena ia bukan tunarungu dan tunawicara, tetapi lebih kurang ia sudah paham dengan cara berkomunikasi kami, dan jika ada yang tidak paham ia akan mencoba bertanya sebisanya.[24]

---

[21]Fahmi Amirullah, *Buku Pintar Bahasa Tubuh Untuk Guru...*, hal. 46-47.

[22]Hasil Wawancara Bersama Sayuti, *Pekerja di Usaha Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 18 Oktober 2018.

[23]Hasil Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Usaha Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 17 Oktober 2018.

[24]Hasil Wawancara Bersama Sayuti, *Pekerja di Usaha Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 17 Oktober 2018.

Hambatan-hambatan komunikasi yang sering terjadi terhadap pengusaha tunarungu yaitu hambatan dengan pelanggan, hambatan secara verbal sering terjadi antara pekerja dan pelanggan karena terdapat perbedaan komunikasi yang digunakan dan kurangnya kemampuan pemahaman atas suatu komunikasi yang dilakukan, guna tetap terjalin hubungan yang baik antara pekerja dan pelanggan cara untuk mengatasi hambatan digunakan cara pemberian informasi tentang apa kekurangan yang dimilik.[25]Pernah juga terdapat hambatan terhadap sesama pekerja, tetapi masing-masing dari pekerja memiliki cara tersendiri untuk mengatasi hambatan tersebut, guna mengatasi masalah tersebut mereka saling membicarakan secara baik-baik dan saling pengertian dan memahami setiap kekurangan yang dimiliki oleh masing-masing pekerja agar terjalin hubungan yang baik terhadap sesama pekerja.[26]

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan terkait hambatan komunikasi tunarungu dapat kita lihat bahwa hambatan yang sering terjadi sering ditimbulkan dari eksternal, yaitu hambatan dari konsumen yang tidak bisa berbicara menggunakan bahasa isyarat, sedangkan hambatan dari internal jarang terjadi dikarenakan sudah ada saling pengertian atas kekurangan dari masing-masing pekerja.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

[25]Hasil Observasi Peneliti di Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh 2 Oktober 2018.

[26]Hasil Wawancara Peniliti Bersama Nasrullah, *Pekerja di Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 18 Oktober 2018.

Table 4.2 Hmbatan Komunikasi Tunarungu

Internal	Eksternal
Jarang Terjadi (karena adanya saling pengertian)	Konsumen tidak menggunakan bahasa isyarat

Sumber : Hasil olah data penulis

G. Hambatan-hambatan Bisnis Tunarungu

Setiap bisnis yang ada pasti mempunyai hambatan-hambatan yang sering terjadi dalam bisnis yaitu :

1. Adanya kecerobohan pemilik usaha yang tercermin dari perilaku usaha yang buruk, kesehatan yang buruk, masalah perkawinan, dan lain-lain.
2. Hambatan selanjutnya bencana seperti kebakaran, meninggalnya pemilik usaha.
3. Hambatan yang terjadi seperti adanya faktor penipuan, penggelapan uang, pembuatan laporan palsu, dan perjanjian yang salah.
4. Hambatan ekonomi, kehilangan bagian pasar, masalah penjualan seperti kemampuan bersaing lemah, masalah persedian barang, lokasi usaha kurang baik, dan lainnya.
5. Hambatan masalah yang ditimbulkan oleh pelanggan, seperti masalah kolektibilitas piutang, jumlah pelanggan yang terlalu kecil.
6. Hambatan yang berkaitan dengan permodalan seperti jumlah modal yang kurang memadai, adanya penarikan modal secara terus-menerus dan lain-lainnya.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Terkait dengan hambatan-hambatan dalam bisnis, Andri memberikan pendapatnya yaitu :

> "Kendala dalam menjalankan usaha ini terdapat pada tempat usaha yang masih berada pada bangunan yang belum memadai dibandingkan dengan usaha-usaha yang sudah besar diluar sana, masalah persedian barang yang masih kurang dan kendala lainnya seperti kurangnya modal usaha."[27]

Dion selaku pekerja juga menambahkan, bahwa kendala selanjutnya terkadang timbul dari pekerja di mana ada terdapat beberapa pekerja yang kurang mengerti mengenai motor, sehingga harus mencari pekerja lain yang mengerti mengenai masalah motor.[28]

Terkait hambatan-hambatan bisnis tunarungu yang peneliti lakukan, dapat kita lihat bahwa hambatannya berupa tempat usaha yang masih belum memadai, kurangnya modal usaha, persedian barang yang masih kurang dan terdapat adanya pekerja yang tidak mengerti mengenai masalah pekerjaan tertentu.

Tabel. 4.3 Hambatan-hambatan Bisnis Tunarungu

No	Hambatan-hambatan Bisnis Tunarungu
1.	Tempat usaha yang masih belum memadai
2.	Persedian barang yang masih kurang
3.	Kurangnya modal usaha
4.	Adanya pekerja yang tidak mengerti mengenai masalah pekerjaan tertentu.

Sumber : Hasil olah data penulis

[27]Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 17 Oktober 2018.

[28]Hasil Wawancara Bersama Dion, *Pekerja di Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 18 Oktober 2018.

H. Peluang-peluang Bisnis Tunarungu dan Promosi Bisnis

1. Peluang- Peluang Bisnis Tunarungu

Proses menjalankan bisnis, seseorang lebih dahulu harus melihat peluang apa saja yang ada dan banyak peminatnya yang masuk ke semua kalangan, sehingga ketika usaha itu dibuat dapat mencapai target seperti yang telah direncanakan, sehingga mampu membuat usaha yang ada terus bertahan dan maju. Peluang bisnis merupakan seuatu yang sangat penting dikarenakan dengan adanya peluang maka akan ada kesempatan untuk menggunakannya. Usaha apapun itu dari bisnis bermodal kecil sampai yang membutuhkan modal besar, dan dari bisnis sampingan hingga bisnis utama, akan membutuhkan pertimbangan tentang potensi dan peluang pasarnya. Terkait mengenai peluang, Andri memberikan pendapat seperti di bawah ini :

> ”Pertama kalinya untuk membuka usaha kita harus melihat adakah usaha yang kita buka dapat mendatangkan pelanggan, karena dengan adanya datang pelanggan maka adakesempatan untuk mencapai target seperti yang kita inginkan, pengalaman maupun skill yang sudah didapat sejak dari sekolah harus dapat digunakan dengan baik.”[29]

Pendirian suatu bisnis akan memberi manfaat bukan hanya kepada pemilik usaha, akan tetapi juga memberikan manfaat kepada pekerja dan pelanggan, dimana dengan adanya skill dan pengalaman yang telah dimilik maka, usaha yang didirikan dapat memberi peluang kepada pekerja yang sedang membutuhkan pekerjaan dan memberikan maanfaat kepada pelanggan yang sedang membutuhkan jasa maupun produk yang ditawarkan pada usahanya.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Dion saat peneliti wawancarai :

---

[29]Hasil Wawancara Bersama Andri, *Pemilik Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 17 Oktober 2018.

> "Usaha yang dibuka oleh Andri sangat memberikan manfaat, terutama bagi para penyandang disabilitas seperti tunarungu dan tunawicara, disini kami diterima bekerja dan diberikan pekerjaan sehingga bisa bekerja seperti orang normal dan ada beberapa kerabat yang belajar membuat usaha sendiri dan belajar di tempat Andri, misalnya ada waktu dahulu teman yang bekerja disini dia tunarungu dan sekarang dia sudah diterima kerja sebagai tukang parkir, dan ada yangsudah membuka usaha tambal ban sendiri, dengan tidak membatasi siapa saja yang datang, bisa menjadikan kesempatan untuk usaha ini banyak diketahui oleh orang lain".[30]

1. Promosi Bisnis

Promosi kepada publik sendiri terkait bisnisnya tersebut Andri tidak melakukan promosi bisnisnya secara khusus melalui media-media sosial yang sedang berkembang saat ini. Menurutnya, usahanya masih tergolong kecil dan masih banyak kekurangan peralatan yang belum memadai sehingga ditakutkan akan mengecewakan konsumen yang datang melampaui kapasitas dari persedian yang disediakan.[31] Melainkan Andri melakukan promosi usahanya menggunakan cara tidak membatasi siapa saja yang data ke tempat bisnisnya baik sesama tunarungu maupun orang atau teman yang datang untuk sekedar belajar di bisnisnya tersebut.[32]

Mengenai pengelolaannya, Andri ditemani oleh istrinya, di samping tenaga kerja yang ada berjumlah memiliki 5 (lima) orang, yang terbagi atas bagian pekerjaan masing-masing menurut kemampuan yang dimiliki mereka masing-masing, dan Andri juga tidak membatasi siapa saja teman-temannya yang ingin datang ketempat usaha yang dibukanya, dia memberikan peluang bagi siapa saja

---

[30]Hasil Wawancara Bersama Dion, *Pekerja di Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 17 Oktober 2018.

[31]Hasil Wawancara Bersama Andri, *Pemilik di Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya*, Banda Aceh 18 Oktober 2018.

[32] Hasil Observasi Peneliti di Tempat Usaha Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh 17 Oktober 2018.

yang ingin belajar bekerja ditempatnya. Sejauh ini bisnis yang dijalakan ramai didatangi oleh pelanggan yang ingin menggunakan jasa doorsmeer maupun bagian otomotifnya, dan tidak jarang ada juga teman-teman dari rekannya yang singgah untuk berbincang-bincang atau sekedar bersantai ditempat bisnis yang dibukanya.[33]

Hasil wawancara di atas dapat kita ketahui bahwa pengalaman yang dimiliki Andri sudah didaptakan dari bersekolah di SMA, dengan pengalaman yang dimiliki tersebut menjadi peluang untuk mendirikan usaha dan dengan tidak membatasi siapa saja yang ingin belajar dan menjadikan tempatnya untuk pertemuan orang-orang sesama tunarungu hal tersebut akan menjadi peluang dan promosi untuk usahanya semakin diketahui orang.

[33]Hasil Observasi Peneliti di Tempat Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya, Banda Aceh 17 Oktober 2018.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasilpenelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnnya maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan yaitu :

1. Komunikasi bisnis tunarungu dalam upaya menjalakan usaha meliputi komunikasi nonverbal atau bahasa isyarat Indonesia (BISINDO) melalui proses komunikasi primer dan skunder.
2. Hambatan-hambatan komunikasi bisnis tunarungu dalam upaya menjalankan usaha meliputi hambatan:
   a. Hambatan verbal
   b. Hambatan antar individu yaitu kesalahpahaman

   Hambatan-hambatan bisnis tunarungu dalam upaya menjalankan usaha meliputi :
   a. Hambatan ekonomi, seperti tempat usaha yang masih seadanya dan persediaan barang yang masih kurang
   b. Hambatan yang berkaitan dengan modal usaha yang masih kurang
   c. Adanya pekerja yang kurang pemahaman mengenai perbengkelan

B. Saran

Adapun saran-saran terhadap penelitian yang sudah dilakukan sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada pihak Andri Tunarungu usah motorPango Raya agar bisa meningkatkan kualitas pelayanan menjadi jauh lebih baik lagi dan menggunakan teknologi media dalam membuat promosi untuk usahanya agar semakin dikenal banyak orang dan maju.

Diharapkan kepada pemilik bisnis Tunarungu agar melatih para pekerja yang masih kurang pemahaman mengenai perbengkelan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Amirullah, Fahmi. *Buku Pintar Bahasa Tubuh Untuk Guru*. Jogjakarta: DIVA Press, 2012.

Bungin , M,. Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2011.

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikas*i. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998.

Effendy, Onong Uchiyana. *Ilmu Teori dan Filasafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2000.

Fiske. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Ghony, M. Djunaidy dan Fauzan Almanshur. *Metodelogi Penelitian Kualitatif.* Jogjakarta: AR-RUZZ Media, 2012.

H. A. W., Widjaja. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.

Iiliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Seraba Makna*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2011.

Manullang, Marihot. *Pengantar Komunikasi Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.

Manullang, M. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Indeks, 2013.

Meinanda, Teguh. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik*. Bandung: Armico, 1981.

Muhammad, Ismail Yusanto, 2008, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta : Gema Isnani.

Muhammad, Budyatna. *Komunikasi Bisnis Silang Budaya*, Jakarta: Kencana, 2012.

Moeleong , Lexy J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.

Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga, 2006.

Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka, 2002.

Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Media Pusaka Phoenix, 2012.

Purwanto, Djoko. *Pengantar Bisnis*. Surakarta, 2010.

Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga, 2003.

Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogyakarta: AR-RUZZ media, 2011.

Smith , J. David. *Sekolah Inklusif*. Bandung : Nuansa Cendikia. 2013.

Solihin, Ismail. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2006.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* Bandung: Alfabeta, 2014.

Soehartono, Irwan. *Metodelogi Penelitian sosial*. Bandung: PT Raja Rodakarya, 2004.

Sukirno, Sadono, dkk. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Prenada Media, 2004.

Sholihin Ismail . *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenada Media Group, 2006 .

Umar, Husen. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Wahjono, Sentot Imam. *Bisnis Modern*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.

Widoatmodjo, Sawidji. *New Business Model*. Gramedia, 2005.

Referensi Lain

Dewi, Raditya. Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan dalam meningkatkan Pengetahuan dan Motivasi Berwirausaha Pada Penyandang Tunarungu. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Februari 2017. VOL. 1. No. 1. email. dewi_raditya@yahoo.com. Diakses pada 30 juni 2018.

Sulistiawati, Ika. " Pemberdayaan Masyarakat Miskin Penyandang Disablitas Melalui Pengembangan Industri Kreatif "Limbah Singkong" Di Kabupaten Ponorogo". Jurnal Lentera. September 2016. VOL. 14. No. 2. email : ika.susilawati79@gmail.com. Diakses pada 30 Juni 2018.

Sofyan Prasetyo, "Komunikasi Bisnis Pelaku Usaha Mebel" (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Bisnis Pelaku Usaha Mebel di Dukuh Mutihan-Mojosawit, Desa Seranan, Kecamatan Juwiring, Kabupaten Klaten Dalam Menjaga Keberdaan Bisnis Mebel), Universitas Muhammadiyah Surakarta, Desember 2016. Diakses Juni 2018.

Noviana Aini, "Pola Komunikasi Bisnis Perempuan Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil" (Studi pada Kelurahan Jemur Kecamatan Woncolo Surabaya), Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwa, Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel, Surabaya Juli 2010. Diakses Juni 2018.

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.1089/Un.08/FDK/KP.00.4/02/2018

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Ganjil Tahun Akademik 2017/2018

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.

Mengingat :
1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi *UIN Ar-Raniry Banda Aceh;*
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;.
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2018, Tanggal 5 Desember 2017

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. Baharuddin AR, M.Si ..... (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Syahril Furqany, M.I.Kom ..... (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKU Skripsi:
Nama : Putri Indah Riani
NIM/Jurusan : 140401029/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Komunikasi Bisnis Tuna Rungu dalam Upaya Menjalankan Usaha (Studi pada Andri Tuna Runggu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh)*

Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2016;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 19 Februari 2018 M
3 Jumadil Akhir 1439 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Khairawati Hatta

Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.

Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal: 18 Februari 2019

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah arraniry.ac.id

Nomor : B.4658/Un.08/FDK.I/PP.00.9/09/2018 Banda Aceh, 24 September 2018
Lamp : -
Hal : ***Penelitian Ilmiah Mahasiswa***

Kepada
Yth, **1. Pemilik Usaha Andri Tuna Rungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh**
2. Pekerja Usaha Andri Tuna Rungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh

Di –

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim : **Putri Indah Riami / 140401029**
Semester/Jurusan : IX / Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Alamat sekarang : Jl. Sukarno Hatta Lampeuneurut Aceh Besar

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***"Komunikasi Bisnis Tuna Rungu Dalam Upaya Menjalankan Usaha (Studi Pada Andri Tuna Rungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh)"***.

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam
an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,

Yusri

ANDRI TUNARUNGU USAHA MOTOR PANGO RAYA

Jl.Prof. Ali Hasymi, Pango Raya Banda Aceh

Banda Aceh, 22 Oktober 2018

Nomor : 001/X/2018
Lampiran : -
Hal : **Sudah Mengadakan Penelitian**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)
UIN Ar-Araniry Darussalam Banda Aceh.
di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Berdasarkan surat izin penelitian dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) UIN Ar-Araniry Darussalam Banda Aceh Nomor : B.4658/Un.08/FDK.1/PP.00.9/09/2018, tanggal 24 September 2018. Dengan ini Pimpinan Andri Tuna Rungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh menerangkan bahwa :

Nama : Putri Indah Riami
NIM : 140401029
Semester/Jurusan : IX/Komunikasi dan Penyiaran Islam (FPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Telah melakukan penelitian di Andri Tuna Rungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh pada tanggal 17 Oktober 2018 dalam rangka menyusun Skripsi dengan judul **" Komunikasi Bisnis Tuna Rungu Dalam Upaya Menjalankan Usaha (Studi Pada Andri Tuna Rungu Usaha Motor Pango Raya Banda Aceh".)**

Demikianlah untuk dapat dipergunakan seperlunya dan atas kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalam

an. Andri Tuna Rungu Usaha Motor Pango Raya

(Andri)

Dokumentasi Hasil Penelitian

Tempat Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya

Wawancara Peneliti Bersama Andri Pemilik Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya

Wawancara Peneliti Bersama Pekerja di Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya

Kegiatan ditempat Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya

Daftar Pertanyaan wawancara

1. Sejak tahun berapa bengkel ini di buka ?
2. Apakah bengkel ini milik sendiri, atau menyewa tempat ?
3. Berapa orang pekerja pada bengkel ini ?
4. Apa alasan memilih sesama para tuna rungu untuk bekerja pada bengkel ini ?
5. Berapa pendapatan anda sehari atau perbulannya ?
6. Bagaimana upaya anda dalam menjalankan bisnis yang anda buka sekarang ini ?
7. Apakah ada hambatan dalam menjalankan usaha yang sudah anda angun sekrang ini ?
8. Alternatif apa yang digunakan untuk berbicara ketika ada pelanggan yang datang ?
9. Apakah dulu pernah membuka usaha lain sebelum usaha ini ?

Daftar Pertanyaan Kepada Pemilik Bisnis Andri Tunarungu

Usaha Motor Pango Raya

1. Apa ide dasar memilih bergerak dalam membuka bisnis perbengkelan ?
2. Bagaimana proses merekrut pekerja untuk berkerja pada bisnis anda, apakah di khususkan untuk tunarungu saja ?
3. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis ?
4. Berapakah pendapatan perhari dari membuka bisnis ini ?
5. Apakah ada media yang digunakan untuk mempromosikan bisnis ini ?
6. Bagaimana anda melakukan komunikasi bersama pekerja, dan pelanggan ?
7. Apakah menurut anda cara berkomunikasi yang dilakukan cukup baik ?
8. Apakah ada pemberian sanksi tertentu untuk pekerja yang melakukan kesalahan saat bekerja ?
9. Apakah ada hambatan dalam menjalankan bisnis ini ?
10. Apakah bisnis ini sudah dapat mengembalikan modal ?
11. Usaha apa saja yang sedang dijalakan saat ini ?

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Daftar Pertanyaan Kepada Pekerja di Bisnis Andri Tunarungu

Usaha Motor Pango Raya

1. Bahasa apa yang digunakan ketika berinteraksi bersama pelanggan ?
2. Bagaimana cara berikomunikasi dengan sesama pekerja ?
3. Media apa yang digunakan untuk berkomunikasi bersama pelanggan ?
4. Berapa jumlah pelanggan yang datang setiap harinya ?
5. Hambatan apa saja yang sering dihadapi ketika ada pelanggan ?
6. Berapakah pendapatan dari kerja pada bisnis tunarungu ini ?
7. Apakah yang sudah berkeluarga cukup dengan pendapatan yang di dapat untuk memenuhi kebutuhan ?
8. Apakah ada menerima uang tambahan ketika di hari-hari besar ?
9. Apakah ada terjalin kontrak di atas materai ?
10. Mengapa memilih bekerja di bisnis tunarungu ini ?
11. Apa saja cara yang dapat membuat bisnis ini dapat bertahan ?
12. Apa harapan kedeapan untuk bisnis ini ?

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Daftar Pertanyaan Kepada Konsumen di Bisnis Andri Tunarungu Usaha Motor Pango Raya

1. Mengapa anda memeilih tempat usaha ini untuk anda datangi ?
2. Bagaimana menurut anda mengenai pelayanan yang diberikan ?
3. Bahasa apa yang digunakan oleh pemilik dan pekerja bengkel saat berkomunikasi dengan pelanggan ?
4. Apakah bapak/ibu mengerti dengan bahasa isyarat yang digunakan oleh pekerja dan pemilik bisnis ini ?

Daftar Riwayat Hidup

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Putri Indah Riami
2. Tempat / Tgl. Lahir : Sinabang / 11 Oktober 1996
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM : 140401029
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Jl. Soekarno-Hatta, Lamblang Manyang
   a. Kecamatan : Darul Imarah
   b. Kabupaten : Aceh Besar
   c. Provinsi : Nanggroe Aceh Darussalam
8. Email : Putriindahriami72@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. TK : TK Cut Mutia Banda Aceh 2001-2001
10. MI/SD/Sederajat : SDN 24 Banda Aceh 2002-2008
11. MTs/SMP/Sederajat : SMPN 6 Banda Aceh 2008-2011
12. MA/SMA/Sederajat : SMAN 1 Darul Imarah Aceh Besar 2011-2014

Orang Tua/Wali

13. Nama Ayah : Anwar
14. Nama Ibu : Asniar
15. Pekerjaan Orang Tua : PNS
16. Alamat Orang Tua : Jl. Soekarno-Hatta, Lamblang Manyang
    a. Kecamatan : Darul Imarah
    b. Kabupaten : Aceh Besar
    c. Provinsi : Nanggroe Aceh darussalam

Banda Aceh, 28 Januari 2019
Penulis,

Putri Indah Riami