

# Penulisan Laporan dan Proposal Bisnis

Drs. Tatang Subarna, M.Si., dkk.



## PENDAHULUAN

---

Setelah kita mempelajari pada Modul 6, ada 2 bentuk kegiatan komunikasi bisnis yang bertumpu pada aspek komunikasi oral, sekarang, pada dua bagian kegiatan belajar berikut dalam modul ini kita mempelajari kegiatan komunikasi bisnis yang bertumpu pada aspek komunikasi tertulis, yakni penulisan laporan dan proposal. Kedua kegiatan komunikasi tertulis tersebut, tidak dapat kita hindari dalam kegiatan bisnis apa pun. Setiap tahunnya berbagai laporan tertulis di buat oleh perusahaan untuk berbagai publiknya, misalnya laporan tahunan, laporan produksi atau laporan yang dibuat kelompok studi perusahaan yang disampaikan pada pemegang saham, dewan komisaris, dewan direksi atau pemerintah. Begitu juga halnya dengan penulisan proposal, setiap tahunnya puluhan proposal tertulis mungkin dibuat sebuah organisasi/lembaga bisnis. Proposal tersebut dapat dalam bentuk penawaran untuk menjadi pemasok pada pemerintah, dapat juga proposal untuk memperbaiki kinerja organisasi atau proposal untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Kedua hal tersebut mesti ditulis dengan teknik tertentu sehingga kalimat-kalimat tertulis tersebut tidak menimbulkan penafsiran ganda. Bagaimana menulis laporan dan proposal inilah yang akan mengisi kegiatan belajar kita melalui Modul 7 ini. Modul 7 ini hanya terdiri dari dua kegiatan belajar. *Pertama*, penulisan laporan dan *kedua*, penulisan proposal. *Kedua* bentuk komunikasi tertulis ini kita pelajari dengan pendekatan yang bersifat teknis.

## KEGIATAN BELAJAR 1

## Penulisan Laporan

☉ Dalam setahun, sebuah organisasi/lembaga bisnis membuat berbagai laporan. Ada laporan harian, seperti laporan produksi harian yang dibuat karyawan bagian produksi. Ada laporan mingguan, ada laporan bulanan dan ada laporan tahunan. Laporan tersebut dapat dibuat oleh bagian-bagian atau divisi-divisi dalam organisasi/lembaga bisnis dengan rentang waktu tertentu yang merupakan laporan rutin. Dapat juga berupa laporan insidental yang dibuat karena adanya penugasan atau kegiatan tertentu, seperti laporan kelompok kerja yang ditugaskan untuk mengkaji hal tertentu yang berkaitan dengan organisasi/lembaga bisnis, seperti rencana ekspansi perusahaan atau rencana adaptasi terhadap perkembangan bisnis regional.

Memang tidak semua laporan tersebut dibuat secara tertulis. Ada juga laporan yang disampaikan secara lisan. Namun, fokus perhatian kita dalam kegiatan belajar ini adalah laporan yang dibuat secara tertulis. Oleh karena laporan lisan sering kali hanya disampaikan dalam bentuk pertanyaan dari atasan kepada bawahan yang diminta menyampaikan laporannya. Cara menyampaikannya pun menjadi bergantung pada kemampuan kita untuk berbicara. Sedangkan laporan yang dibuat secara tertulis tentu saja selain harus memenuhi syarat atau karakteristik laporan, juga harus disampaikan dengan teknis penulisan tertentu sehingga isi laporan tersebut dapat dimengerti maksudnya. Ini berarti, di samping kepandaian melaporkan ada juga keterampilan komunikasi lain yang harus dikuasai, yakni menulis.

Dengan pendekatan yang bersifat teknis menulis laporan dan proposal dalam kegiatan komunikasi bisnis ini, diharapkan setelah membaca dan menguasai modul ini Anda mengetahui (1) cara-cara menulis laporan untuk kepentingan komunikasi bisnis secara baik, dan (2) cara-cara menulis proposal untuk komunikasi bisnis secara baik.

Setelah menguasai modul ini diharapkan Anda mampu:

1. menulis secara jernih laporan untuk kepentingan komunikasi bisnis;
2. menulis secara jernih proposal untuk kepentingan komunikasi bisnis.

Untuk meningkatkan penguasaan tersebut, diharapkan Anda secara sungguh-sungguh mengerjakan latihan dan tugas yang diberikan pada setiap akhir kegiatan belajar.

Kita awali pembahasan kita, sebagaimana biasanya, dengan pengertian atau definisi laporan. Menurut Himstreet, *et.al.* (1983), laporan adalah "pesan yang disampaikan secara sistematis dan objektif yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari satu bagian organisasi kepada bagian lain atau lembaga lain untuk membantu pengambilan keputusan atau memecahkan persoalan".

Berdasarkan definisi atau pengertian di atas kita dapat melihat karakteristik laporan sebagai berikut.

1. Laporan umumnya diminta oleh orang yang memiliki kewenangan lebih tinggi, artinya laporan tersebut ditujukan kepada atasan.
2. Laporan berjalan ke atas dalam struktur organisasi, artinya karena laporan memang diminta oleh orang yang memiliki kewenangan lebih tinggi maka secara struktural laporan itu naik ke "atas".
3. Laporan ditulis secara sistematis, yang berarti dalam penyampaian pesan/informasi digunakan sistematis tertentu dan diorganisasikan secara logis.
4. Laporan menekankan objektivitas, yang berarti karena laporan dimaksudkan untuk membantu pengambilan keputusan atau penyelesaian masalah maka dengan sendirinya laporan tersebut harus dibuat secara objektif.
5. Laporan disiapkan untuk khalayak yang terbatas, artinya laporan tersebut tidak untuk dibaca setiap orang melainkan hanya mereka yang memiliki kewenangan dalam struktur organisasi/lembaga bisnis.

## 1. Jenis Laporan

Sekarang kita membicarakan jenis-jenis laporan. Kita perlu mengetahui jenis-jenis laporan ini karena laporan yang dibuat tidak hanya satu jenis dan tujuannya. Jenis-jenis laporan ini juga berkaitan dengan klasifikasi laporan. Kita mulai dari jenis dan klasifikasi pertama, yakni berikut ini.

- a. Laporan formal atau informal, semua laporan pada dasarnya bisa dikelompokkan ke dalam laporan formal dan informal ini. Laporan formal umumnya sangat menekankan objektivitas, dengan organisasi pelaporan yang terstruktur secara ketat, memuat data dan fakta secara rinci dan gaya penulisannya menghindari penggunaan ungkapan-ungkapan personal. Sedangkan laporan informal biasanya hanya singkat dan menggunakan bahasa tidak baku. Memo intern bisa kita sebut sebagai sebuah bentuk laporan informal.
- b. Selanjutnya, kita dapat melihat laporan berdasarkan panjang dan pendeknya laporan. Namun, kita tentu tidak akan mendapatkan apa-apa bila membagi klasifikasi laporan hanya berdasarkan jumlah halaman

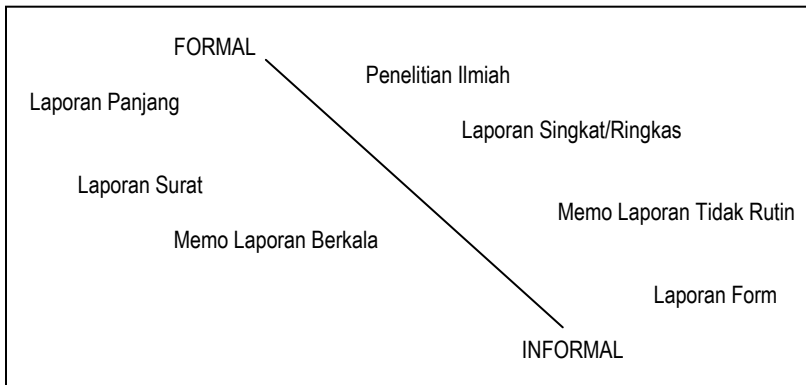
yang dipergunakan untuk menulis laporan. Kita dapat menemukan ada laporan yang hanya ditulis dalam selembar kertas yang dinamakan memo intern seperti dicontohkan di atas tadi. Akan tetapi, dapat juga sebuah laporan sepanjang 30 halaman misalnya. Panjang-pendeknya laporan memang berkaitan dengan formal dan tidak formalnya laporan. Untuk laporan yang informal, selembar kertas cukup. Sedangkan untuk laporan yang dituangkan dalam 30 lembar kertas seperti kita contohkan tadi memiliki karakteristik sebagai laporan formal.

- c. Berikutnya kita dapat melihat karakteristik laporan berdasarkan isi pesan yang dituliskannya apakah informasional atau analitis. Laporan informasional memberikan informasi yang objektif mengenai salah satu bagian/divisi lain dalam organisasi. Sedangkan laporan analitik menyajikan data untuk membantu memecahkan persoalan. Kita bisa memberikan contoh untuk laporan informasional ini adalah laporan tahunan, neraca keuangan bulanan, laporan jumlah karyawan yang mangkir dan laporan omset penjualan produk tahunan. Sedangkan laporan analitik, misalnya berupa laporan penilaian kelayakan bisnis real-estate atau laporan studi kelayakan yang dibuat oleh sebuah perusahaan konsultasi.
- d. Selanjutnya kita bertemu dengan klasifikasi lain dari laporan yakni laporan vertikal atau lateral. Ini berkaitan dengan ke mana dan kepada siapa laporan tersebut disampaikan. Di atas sudah kita bahas bahwa laporan itu biasanya berjalan ke atas, bersifat *vertikal* karena disampaikan kepada atasan. Fungsi laporan vertikal ini adalah untuk menjalankan salah satu fungsi manajemen yakni kontrol. Sedangkan laporan *lateral*, disampaikan kepada unit kerja atau bagian yang berbeda, tetapi sama levelnya dalam sebuah organisasi/lembaga bisnis. Misalnya, laporan yang disampaikan dari bagian pemasaran pada bagian keuangan. Fungsi laporan lateral ini adalah agar manajemen dapat menjalankan koordinasi antarbagian/divisi dalam organisasi/lembaga bisnis.
- e. Setelah itu, kita memasuki klasifikasi laporan yang lain yakni laporan eksternal atau internal. Laporan *internal*, seperti tergambar dari istilahnya, tentu disampaikan kepada orang/publik yang berada di dalam lingkungan organisasi/lembaga bisnis bersangkutan. Laporan internal ini, misalnya laporan keuangan tahunan atau laporan omset penjualan. Sedangkan laporan *eksternal*, seperti tercermin dari namanya disampaikan kepada pihak luar organisasi/lembaga bisnis. Laporan neraca tahunan perusahaan-perusahaan yang *go public* yang biasanya dimuat sebagai iklan di media cetak tentunya merupakan laporan yang ditujukan kepada publik di luar organisasi/lembaga bisnis tersebut.
- f. Dua klasifikasi laporan yang terakhir adalah laporan berkala.

- g. Laporan fungsional. Laporan berkala, dibuat mengikuti jadwal tertentu yang sudah ditetapkan. Misalnya, laporan produksi dan penjualan harian, mingguan, bulanan atau per semester dan trisemester. Sedangkan laporan fungsional dilihat dari fungsi laporan tersebut, seperti laporan akuntan, laporan penjualan, laporan keuangan dan laporan personalia.

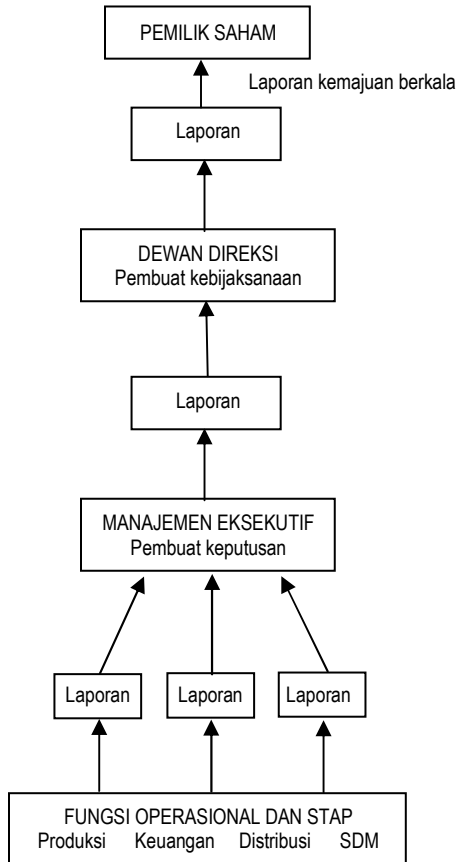
Untuk lebih jelasnya, mengenai laporan ini dalam kerangka sifat formal dan informal laporan, dapat dilihat dalam kontinum seperti tergambar di bawah ini.

**2. Kontinum Formalitas Laporan**



Sumber: Himstreet, et.al. (1993).

Sedangkan arus penyampaian laporan, seperti yang diuraikan di atas, kebanyakan bersifat vertikal. Artinya laporan itu berasal dari bawahan kepada atasan, atau dari mereka yang kewenangannya lebih rendah kepada orang yang memiliki kewenangan lebih tinggi dalam manajemen. Untuk lebih jelasnya mengenai hal ini, kita dapat melihatnya dalam tabel berikut ini yang menggambarkan arus laporan dari bagian terendah kewenangannya dalam manajemen organisasi/lembaga bisnis, yakni tenaga operasional sampai pada pihak yang tinggi kewenangannya termasuk kewenangan menentukan kebijakan organisasi/lembaga bisnis, yakni pemilik saham. Marilah kita perhatikan gambar di bawah ini.



Mungkin dalam benak Anda sekarang muncul pertanyaan: Bagaimana menentukan format dan panjang laporan. Apakah formatnya formal atau informal, panjangnya cukup satu halaman atau puluhan halaman? Untuk memutuskan hal ini kadang-kadang tidak mudah. Ada orang yang ingin menuliskan begitu banyak informasi, tapi tidak mampu mengungkapkannya dalam tulisan sehingga laporannya menjadi singkat saja. Adakalanya, orang justru bingung menentukan formatnya sehingga laporan formal dibuat sangat singkat.

### 3. Format Laporan

Di bawah ini ada beberapa hal yang dapat dijadikan dasar untuk menentukan format dan panjang laporan. Dalam menentukan format dan panjang laporan ada 3 hal yang kita perhatikan.

- a. Apa yang ingin dilaporkan.
- b. Urutan laporan bersifat langsung atau tidak langsung.
- c. Mengikuti urutan logis atau topik.

Ketika kita hendak mengambil salah satu bahan pertimbangan yang 3 butir tadi kita akan menghadapi 3 permasalahan, yakni berikut ini.

- a. Informasi apa yang harus dituliskan dan tidak dituliskan; haruskah semua materi yang diperoleh dimasukkan ke dalam laporan atau mengeliminasi beberapa data.
- b. Pendekatan psikologis apakah yang terbaik untuk pembaca tertentu dari laporan kita; haruskah kita menggunakan urutan laporan langsung yang mengarah pada gagasan utama (rangkuman temuan-temuan penting, kesimpulan dan rekomendasi) ataukah menggunakan urutan tidak langsung yang berurut dari fakta yang secara bertahap masuk ke dalam gagasan utama.
- c. Metode subbagian, metode pembagian mana yang akan memungkinkan materi kita menjadi jelas dan meyakinkan pembaca laporan, haruskah kita mengorganisasikan berdasarkan topik dengan menggunakan urutan kejadian, kepentingan, kronologi, lokasi, hubungan antarruang atau kategori atau haruskah kita mengorganisasikan gagasan berdasarkan logika argumentasi.

### 4. Mengorganisasi Laporan

Sekarang kita membahas organisasi karangan sebuah laporan. Tentu saja yang kita bahas di sini adalah laporan formal yang jumlah halamannya lebih dari satu halaman. Organisasi karangan laporan umumnya terdiri dari:

- a. pendahuluan;
- b. isi;
- c. rangkuman, kesimpulan dan rekomendasi;
- d. catatan.

Kita awali pembahasan organisasi karangan ini dengan bagian pendahuluan. Bagian ini memiliki beberapa fungsi dan mencakup keragaman topik yang luas. Fungsi terpenting bagian pendahuluan ini adalah:

- a. menempatkan laporan dalam konteks yang luas yang dikaitkan dengan permasalahan dan penugasan;

- b. menyatakan tujuan laporan tersebut kepada pembacanya;
- c. membawa pembaca untuk mengetahui apa yang diharapkan dalam isi dan organisasi laporan tersebut;
- d. menentukan nada laporan dan hubungan antara pembaca dan penulis.

Panjangnya pendahuluan bergantung pada panjangnya laporan. Oleh karena itu kita tidak harus membuat pendahuluan sampai 5 halaman untuk laporan yang hanya 10 halaman.

Kita bisa melihat contoh pendahuluan sebuah laporan yang berjudul "Efisiensi Biaya Perjalanan di PT Sarana Teknologi Utama", berikut ini.

## **PENDAHULUAN**

*PT Sarana Teknologi Utama sudah lama meyakini bahwa perjalanan bisnis merupakan cara yang paling efektif untuk menjalankan operasi perusahaan. Akibatnya, para karyawan perusahaan sejak awal ditekankan bersedia melakukan perjalanan bisnis ke luar kota dan luar negeri. Biaya yang harus dibayarkan perusahaan untuk ini meliputi biaya perjalanan dan uang saku. Falsafah perusahaan yang seperti ini jelas membantu meningkatkan moral karyawan, namun perusahaan harus menyediakan biaya yang cukup besar. Kita bisa melihat, anggaran untuk biaya perjalanan dan uang saku pada tahun lalu mencapai Rp1,5 miliar, yang berarti Rp0,5 miliar lebih besar dibandingkan dengan anggaran untuk penelitian dan pengembangan yang sebenarnya sangat penting untuk kemajuan perusahaan.*

*Tahun ini, biaya perjalanan dan uang saku yang harus dibayarkan ini pasti mempengaruhi keuntungan perusahaan. Apalagi pemerintah sudah mengeluarkan peraturan perpajakan dan pengupahan yang baru. Pada saat yang sama perusahaan memperhitungkan, jumlah pendapatan tahun ini diperkirakan melemah karena situasi bisnis yang tidak sehat. Berdasarkan hal tersebut, Direktur Administrasi Ir. Joenoes Hassan, MM meminta bagian keuangan untuk meninjau ulang anggaran untuk biaya perjalanan dan uang saku.*



### **Maksud dan Tujuan**

*Tujuan laporan ini adalah menganalisis biaya perjalanan dan uang saku, mengevaluasi dampak perubahan peraturan perpajakan, serta memberi masukan untuk melakukan kontrol manajemen yang ketat atas biaya perjalanan dan uang saku.*

*Namun sekalipun laporan ini menguraikan garis besar sejumlah langkah yang dapat diambil untuk mengurangi biaya perjalanan dan uang saku itu, tetapi perhitungan keuangan yang pasti langkah tersebut terhadap neraca keuangan perusahaan sulit diproyeksikan. Perkiraan yang dilaporkan di sini hanyalah "tebakan terbaik" yang kiranya dapat dilakukan sebagai langkah penghematan. Namun sebelum tahapan-tahapan yang diusulkan di sini benar-benar dijalankan, sukar untuk mengetahui bagaimana cara mengurangi biaya perjalanan dan uang saku tersebut.*

### **Sumber dan Metode**

*Dalam mempersiapkan laporan ini, bagian keuangan menganalisis laporan pengeluaran internal selama 5 tahun terakhir untuk menentukan berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk biaya perjalanan dan uang saku. Data tersebut kemudian dibandingkan secara statistik dengan data dari perusahaan serupa yang kami peroleh dari iklan di surat kabar dan pemberitaan majalah/surat kabar. Bagian keuangan pun menganalisis informasi yang mungkin bisa diperoleh mengenai kebijakan perpajakan dan pengupahan yang baru. Tulisan di majalah dan surat kabar disaring untuk menentukan bagaimana perusahaan lain mengatasi tingginya biaya perjalanan bisnis dan uang saku.*

Sekarang marilah kita periksa contoh di atas, berdasarkan daftar topik yang umumnya masuk ke dalam bagian pendahuluan sebuah laporan. Setelah diperiksa, coba tentukan, pendahuluan di atas menggunakan topik-topik mana saja dari daftar topik sebagai berikut.

- a. *Otorisasi.* Kapan, bagaimana dan oleh siapa laporan diotorisasi dan siapa yang menulis laporan tersebut dan kapan laporan tersebut disampaikan.

Penggunaan otorisasi ini sangat penting terutama kalau tidak disertai surat pengantar.

- b. *Masalah/tujuan*. Disampaikan alasan-alasan penulisan dan tujuan yang ingin dicapai sebagai hasil laporan ini dituliskan.
- c. *Ruang lingkup*. Ditegaskan apa yang tercakup dan tidak dalam laporan. Ruang lingkup menunjukkan juga Panjang-pendek dan kompleksitas laporan.
- d. *Latar Belakang*. Dituliskan kondisi dan faktor sejarah dimasukkan ke dalam laporan. Bagian ini memungkinkan pembaca memahami bagaimana masalah tersebut berkembang dan seberapa jauh penanganan yang dilakukan terhadap masalah itu.
- e. *Sumber dan Metode*. Dijelaskan sumber-sumber informasi sekunder dan sumber dari hasil survei, eksperimen dan pengamatan. Pada bagian ini disampaikan kepada pembaca sumber yang kita gunakan, bagaimana sampel ditentukan, ruang lingkup sampelnya dan cara penentuan sampel, cara penyusunan kuessioner, prosedur selanjutnya yang digunakan. Semua itu harus disajikan secara rinci agar pembaca mempercayai laporan dan agar mereka yakin bahwa sumber dan metode yang digunakan cukup memuaskan.
- f. *Definisi*. Dalam laporan ini dinyatakan definisi-definisi mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam laporan. Bisa jadi ada beberapa istilah yang kurang familiar bagi pembaca, namun yang terpenting adalah memahami esensinya. Misalnya, istilah *duosony* yang didefinisikan sebagai ekspresi yang familiar yang digunakan dengan cara-cara tertentu.
- g. *Pembatasan*. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas laporan seperti jumlah anggaran, pekerjaan yang harus dilakukan atau kondisi lingkungan sosial harus diperhatikan. Hal ini dimaksudkan agar hasil yang akan diperoleh dapat diperhitungkan secara akurat.
- h. *Organisasi laporan*. Organisasi laporan (topik disusun dengan cara seperti apa dan apa saja yang tercakup di dalamnya) harus juga dituliskan. Bagian ini merupakan peta perjalanan yang membantu pembaca memahami pendekatan yang dipergunakan sehingga memudahkan pemahaman.

Setelah membahas bagian pendahuluan, kini kita dapat memasuki bagian isi yang merupakan bagian terpenting dari sebuah laporan. Oleh karena itu, kita harus mengetahui bagaimana cara menulis bagian isi ini, dan apa saja yang harus masuk ke dalamnya.

Hal pertama yang harus diperhatikan adalah uraian rincian yang kita perlukan untuk mendukung kesimpulan dan rekomendasi yang hendak kita

sampaikan. Bab isi ini terdiri dari beberapa bagian yang tiap-tiap bagian tersebut terdiri dari beberapa subbagian dan sajian, analisis dan interpretasi temuan data hasil penyelidikan kita. Bagian ini penting untuk mendukung kesimpulan dan rekomendasi.

Bagaimana menentukan isi yang akan ditulis bergantung pada seberapa rinci kita menyajikan data. Sebaiknya penentuan isi tersebut didasarkan pada sifat informasinya, tujuan laporan dan pembacanya. Dalam bab isi ini, data dapat dirinci dalam bentuk tabel, grafik dan lampiran. Ketika menuliskan bab isi ini, kita sebaiknya mulai menentukan apakah kesimpulan atau rekomendasi dan rangkuman kita masukkan ke dalam bab isi atau menjadi bab tersendiri. Pokoknya, kita harus ingat bahwa pembaca tidak direpotkan oleh hal tersebut.

Kita lihat contoh bab isi sebuah laporan dengan melanjutkan contoh untuk bab pendahuluan di atas:

## **5. Tingginya Biaya Perjalanan dan Uang Saku**

Meskipun banyak perusahaan memandang biaya perjalanan dan uang saku sebagai biaya "insidental" untuk berbisnis, namun biaya yang dikeluarkan terus meningkat. Tahun lalu, berbagai perusahaan bisnis di Indonesia membelanjakan lebih dari Rp600 miliar rupiah untuk biaya perjalanan dan uang saku. Di PT Sarana Teknik Utama, biaya yang dikeluarkan untuk tiket pesawat, hotel, restoran, sewa mobil/taksi dan uang saku pada tahun lalu mencapai Rp12 miliar. Biaya perjalanan dan uang saku meningkat 12% selama 5 tahun ini. Anggaran sebesar itu untuk perusahaan ini jelas cukup besar.

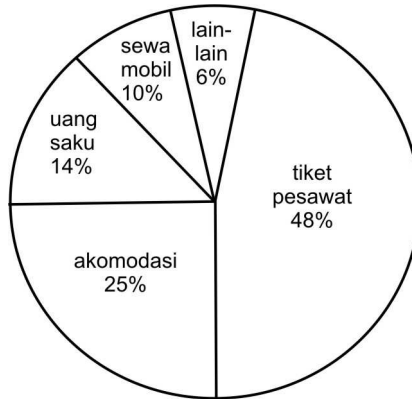
### **Rp10 Miliar Biaya Perjalanan dan Uang Saku**

Biaya perjalanan dan uang saku yang dianggarkan perusahaan sebesar 8% dari pendapatan perusahaan. Memang jumlah anggaran sebesar itu cukup kecil bila dibandingkan dengan anggaran untuk gaji pegawai dan komisi untuk distributor. Namun, anggaran sebesar itu menduduki posisi pengeluaran terbesar ketiga di lingkungan perusahaan.

Tahun lalu jumlah perjalanan yang dilakukan karyawan dari berbagai tingkatan mencapai 5.000 kali perjalanan. Perjalanan tersebut bila dihitung dengan jarak seluruhnya berjumlah 3.000 mil udara penerbangan, yang rata-

rata biaya per milnya mencapai Rp6.000,00. Itu belum termasuk biaya makan di restoran, sewa mobil atau taksi dan uang saku.

Gambar 1 menunjukkan pembiayaan untuk biaya perjalanan dan uang saku yang mencakup biaya transportasi dan akomodasi yang diperkirakan mencapai 70% dari keseluruhan biaya perjalanan dan uang saku.



Gambar 7.1.  
Alokasi Biaya Perjalanan dan Uang Saku

Sekarang kita membicarakan mengenai bab rangkuman, kesimpulan dan rekomendasi. Kita mulai dengan rangkuman, yang merupakan informasi kunci temuan-temuan yang disampaikan dalam laporan. Informasi kunci itu diambil dari bab isi dan diungkapkan atau didaftar secara tersusun seperti yang tampak dalam isi. Ada pun kesimpulan berisikan analisis penulis terhadap makna temuan-temuan tadi. Kesimpulan ini merupakan jawaban terhadap permasalahan-permasalahan yang telah diungkapkan dalam laporan. Sedangkan rekomendasi merupakan pendapat-pendapat yang berdasarkan pada logika dan penalaran mengenai dasar satu tindakan yang harus diambil.

Kita sekarang melihat kembali contoh seperti yang disampaikan pada bagian pendahuluan dan isi tadi. Kita lihat:

## 6. Kesimpulan dan Rekomendasi

Penghematan biaya perjalanan dan uang saku tanpa mengganggu kegiatan bisnis sebenarnya dapat dilakukan. Ada beberapa langkah yang

dapat diambil untuk mencapai maksud tersebut yang kami rekomendasikan, yaitu sebagai berikut.

- a. Kontrol yang ketat oleh manajemen atas anggaran biaya perjalanan dan uang saku.
- b. Mengurangi perjalanan yang tidak begitu penting.
- c. Mencari mitra perusahaan penerbangan yang dapat memberikan diskon untuk tiket penerbangan.

Namun, kebijakan ini bisa jadi tidak begitu populer di kalangan pegawai maka manajemen hendaknya menjelaskan maksud dan arti penting kebijakan ini bagi pengembangan perusahaan. Sekaligus menjelaskan rencana pengembangan perusahaan pada para karyawan, yang dalam pelaksanaannya membutuhkan kerja sama dari karyawan.

Catatan merupakan bagian berikut dari laporan. Di dalamnya kita memasukkan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang menjadi sumber informasi. Misalnya, kita menyatakan, "Terima kasih untuk bagian dokumentasi harian XYZ yang memberikan informasi berharga mengenai aktivitas bisnis perusahaan yang bergerak dalam jasa teknologi komputerisasi". Selain itu, pada bagian catatan ini juga kita memasukkan daftar kutipan dan bahan referensi yang menjadi acuan penulisan laporan. Dengan mencantumkan daftar kutipan dari referensi berarti kita juga bekerja dengan sungguh-sungguh mengkaji bahan referensi sebagai sumber informasi.

Terakhir bagian lampiran. Daftar lampiran ini bisa berupa lampiran-lampiran data yang tidak dimasukkan ke dalam bagian isi, bibliografi atau indeks.

Namun, tentu saja laporan yang kita tulis, ketika laporan tersebut kita jilid masih perlu dilengkapi dengan informasi lain yang berkaitan dengan laporan kita. Kita buat sampul/jilid laporan yang biasanya berisikan judul laporan, dinyatakan laporan tersebut dibuat untuk siapa, siapa yang menulis laporan tersebut dan *titi-mangsa* (*date-line*) laporan. Kemudian, ada kata pengantar, dilanjutkan dengan daftar isi dan daftar tabel.

Selanjutnya kita melihat faktor-faktor yang mempengaruhi organisasi, gaya dan format laporan. Hal tersebut perlu kita ketahui karena ada beberapa bentuk laporan seperti yang sudah kita bahas, yakni formal dan informal, informatif dan analitis. Untuk lebih jelasnya kita bisa melihat tabel di bawah ini.

## Organisasi, Format, dan Gaya Laporan

Faktor	Kemungkinan	Implikasi pada Gaya, Format, dan Organisasi
Perintah SIAPA?	Laporan sukarela yang disiapkan atas inisiatif penulis: laporan resmi yang disiapkan atau permintaan orang lain.	Membutuhkan pengantar untuk menjelaskan tujuan laporan (untuk laporan sukarela); laporan resmi tidak begitu mementingkan pengantar karena dibuat untuk memenuhi permintaan.
Bidang APA?	Laporan penjualan, kebijakan penggajian, rencana tindakan, penelitian, proposal rekayasa, laporan kemajuan	Penyajian ditentukan oleh sifat bidang laporan (misalnya informasi statistik resmi yang dirangkum dalam format tabular)
KAPAN dibuat?	Rutin, yang meliputi laporan harian, laporan mingguan, laporan bulanan, laporan triwulan, dan laporan tahunan; laporan khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan tertentu	Untuk laporan rutin ada format standar yang memungkinkan perbandingan satu periode dengan periode lainnya dan perlu sedikit informasi latar belakang dan informasi transisional; untuk laporan khusus tidak ada standarisasi, tetapi membutuhkan sedikit latar belakang dan informasi transisional
KEMANA dikirim?	Laporan internal disiapkan untuk lingkungan intern organisasi; laporan eksternal dikirim kepada orang di luar organisasi	Laporan internal relatif informasi yang ditulis dalam bentuk memo atau manuskrip; laporan eksternal relatif bernada resmi ditulis dalam bentuk surat atau manuskrip
MENGAPA dibuat?	Laporan informasional: laporan analitik yang memberikan analisis, interpretasi, kesimpulan dan kadang-kadang rekomendasi	Laporan informasional diorganisasikan berdasar subtipok, laporan analitik diorganisasikan berdasar kesimpulan/rekomendasi atau logika argumentasi

Faktor	Kemungkinan	Implikasi pada Gaya, Format, dan Organisasi
BAGAIMANA penerimaannya?	Pembaca reseptif: pembaca skeptis	Untuk pembaca reseptif disusun dalam urutan langsung; untuk pembaca skeptis disusun dalam urutan tidak langsung

Sumber Bovee dan Thill (1989).

Dengan demikian, pilihan Anda terhadap gaya, format dan pengorganisasian laporan bergantung pada atas perintah siapa laporan dibuat dan hendak disampaikan kepada siapa laporan tersebut. Perbedaan dua hal itu saja akan membedakan format, gaya, dan pengorganisasian laporan kita. Jadi pilihan gaya, format dan pengorganisasian laporan sama sekali bukan bergantung pada pilihan pribadi kita sendiri sebagai penulis laporan.



## LATIHAN

---

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

Sekarang ini di Indonesia sudah banyak perusahaan yang *go public*. Setiap semester, perusahaan-perusahaan tersebut menyampaikan laporan kepada masyarakat pemilik saham melalui surat kabar. Guntinglah laporan tahunan/semester perusahaan tersebut untuk mengerjakan latihan di bawah ini. Tugas Anda adalah membuat laporan tertulis berdasarkan laporan yang dimuat di koran tersebut yang dibuat atas perintah pemilik saham untuk disampaikan kepada para pemegang saham, dewan komisaris dan manajemen. Setelah itu jelaskan format, gaya dan organisasi laporan yang Anda buat. Tepatkah format, gaya, dan organisasi laporan yang Anda buat?

### *Petunjuk Jawaban Latihan*

Apabila menemui kesulitan dalam mengerjakan latihan di atas, diskusikanlah dengan teman Anda atau hubungi Tutor Anda.

**RANGKUMAN**

---

Laporan merupakan bagian dari komunikasi bisnis secara tertulis yang disampaikan kepada pihak yang biasanya memiliki kewenangan lebih tinggi.

Berdasarkan definisi, laporan adalah "pesan yang objektif yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari satu bagian organisasi ke bagian lain dalam organisasi itu atau dari satu lembaga kepada lembaga lain yang digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dan atau pemecahan masalah".

Berdasarkan formatnya, laporan dapat dibagi menjadi dua jenis yakni laporan resmi (formal) dan laporan tidak resmi (informal). Masuk ke dalam laporan formal ini adalah manuskrip, sedangkan laporan informal dapat dibuat dalam bentuk memo. Berdasarkan isinya dapat dibagi ke dalam laporan informasional dan laporan analitis. Berdasarkan perodesasinya laporan dapat dibagi menjadi laporan berkala dan laporan khusus.

**TES FORMATIF 1**

---

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Laporan adalah pesan yang disampaikan secara sistematis dan objektif yang digunakan untuk ....
  - A. penyampaian perintah
  - B. penyampaian informasi
  - C. penyampaian ajakan
  - D. penyampaian imbauan
  
- 2) Laporan informasional biasa digunakan pada ....
  - A. laporan tahunan
  - B. laporan keuangan
  - C. laporan omset penjualan
  - D. laporan kerugian
  
- 3) Laporan formal menekankan objektivitas dengan organisasi pelaporan yang terstruktur secara ketat dan memuat ....
  - A. data dan fakta
  - B. berita dan informasi



- C. berita dan angka
  - D. opini dan data
- 4) Laporan yang bersifat vertikal untuk melaksanakan fungsi manajemen, yakni ....
- A. *planning*
  - B. *organizing*
  - C. *controlling*
  - D. *evaluating*
- 5) Organisasi karangan laporan umumnya terdiri dari ....
- A. pendahuluan
  - B. isi dan rangkuman
  - C. catatan
  - D. semua jawaban di atas benar
- 6) Laporan internal adalah pelaporan yang disampaikan kepada ....
- A. atasan
  - B. orang/publik di dalam organisasi/lembaga bisnis
  - C. orang/publik yang berada di luar organisasi/lembaga bisnis
  - D. keluarga karyawan
- 7) Informasi kunci mengenai temuan-temuan yang disampaikan dalam laporan termasuk dalam subtopik ....
- A. kesimpulan
  - B. rangkuman
  - C. rekomendasi
  - D. isi laporan
- 8) Memo merupakan laporan yang bersifat ....
- A. informal
  - B. formal
  - C. objektif
  - D. tertulis rapi

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 1 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 1.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali  
80 - 89% = baik  
70 - 79% = cukup  
< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 2. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 1, terutama bagian yang belum dikuasai.

## KEGIATAN BELAJAR 2

# Penulisan Proposal

☉ ada kegiatan belajar ini, kita membicarakan penulisan proposal. Seperti juga dengan istilah "laporan", istilah "proposal" juga sangat populer di masyarakat kita. Sebelum memulai kegiatan biasanya dimulai dengan membuat proposal dan diakhiri dengan penulisan laporan. Jadi, boleh dikatakan antara proposal dan laporan itu berpasangan. Meski tidak selalu demikian.

Kita mulai kegiatan pada kegiatan belajar ini, dengan pengertian proposal. Proposal merupakan sebuah dokumen yang disiapkan untuk menggambarkan bagaimana sebuah organisasi dapat memenuhi kebutuhan pihak lain. Dalam kegiatan bisnis sekarang, ketika kita hidup di abad ledakan informasi, mempersiapkan proposal merupakan kegiatan penting yang dilakukan oleh berbagai perusahaan. Persiapan menulis proposal dan kemampuan menulis proposal sangat diperlukan agar proposal tersebut menarik dan menjalankan fungsinya.

Dalam kegiatan bisnis, permintaan membuat proposal umumnya datang dari pembeli yang kita anggap potensial. Biasanya pembeli potensial menyatakan RFP (*request for a proposal*). Permintaan tersebut biasanya berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh calon klien kita dan usulan pemecahan yang kita ajukan melalui proposal tersebut. Proposal tersebut biasanya terdiri:

1. uraian terperinci pokok permasalahan yang akan dipecahkan;
2. biaya yang harus dikeluarkan.

Oleh sebab itu, proposal harus dibuat dengan serius sebagai salah satu bagian penting operasi perusahaan tempat kita bekerja. Tanggapan atas RFP keberhasilannya kerap ditentukan oleh laporan panjang yang disampaikan kepada pembeli yang prospektif.

Tentu saja, seperti juga laporan, proposal memiliki format tersendiri. Format sebuah proposal dapat berbentuk sebuah laporan seperti memorandum jika proposalnya pendek dan diedarkan untuk kepentingan intern. Format kedua berbentuk surat laporan yang digunakan apabila laporan tersebut pendek dan diedarkan untuk kalangan eksternal organisasi lembaga bisnis. Terakhir, format proposal dibuat dalam bentuk seperti laporan formal.

Bentuk ini digunakan apabila proposalnya dibuat cukup panjang dan diedarkan bisa untuk kalangan internal, bisa juga untuk kalangan eksternal.

Format mana yang akan kita pergunakan, sangat fleksibel. Oleh karena itu, penulis proposal mesti memiliki sifat fleksibilitas dengan mempertimbangkan, pola tertentu tampaknya dipandang akan lebih berhasil. Pola tersebut tak usah diragukan lagi sebagai rencana dasar kita kalau memang akan membawa hasil. Ujian akhir terhadap sebuah proposal dilakukan atas efektivitas proposal tersebut dalam mencapai tujuan. Upaya yang dilakukan penulis proposal adalah merangkai bagian-bagian proposal agar dapat dijual kepada pihak lain.

Untuk itu kita perlu mengetahui bagian-bagian proposal tersebut. Secara umum bagian proposal tersebut adalah:

- a. masalah;
- b. tujuan;
- c. ruang lingkup;
- d. metode/prosedur;
- e. material;
- f. perlengkapan;
- g. personalia/rekomendasi;
- h. tindak lanjut/evaluasi;
- i. biaya/anggaran;
- j. rangkuman; dan
- k. lampiran-lampiran.

Setelah mengetahui bagian-bagian proposal tersebut, kita mulai membahas satu per satu bagian tersebut.

Kita mulai membahas *masalah* yang biasanya berkait dengan *tujuan* yang ingin dicapai dengan terpecahkannya masalah tersebut. *Masalah* dan *tujuan* dapat saling dipertukarkan dalam proposal yang kita buat. Kita bisa melihat contoh "Uraian Proyek" sebuah proposal yang diajukan oleh sebuah perusahaan yang ingin memberikan kontribusi dalam kegiatan pendidikan.

#### URAIAN PROYEK

*Universitas Islam Nusantara Bandung mengundang kalangan bisnis dan industri untuk berpartisipasi dalam mengembangkan kuliah "Komunikasi Bisnis" dalam bentuk kuliah melalui televisi dan paket pelatihan melalui video. Materi pendidikan seperti itu akan memberikan pelatihan keterampilan yang efektif dalam "Komunikasi*

*Bisnis" untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia dalam bisnis dan memberikan kontribusi terhadap keterampilan organisasional dan tingkat keuntungan perusahaan. Dalam masyarakat informasi yang berkembang cepat, keterampilan berkomunikasi merupakan bagian integral keberhasilan.*

Dalam "Uraian Proyek" tersebut di atas, kalimat terakhir menunjukkan tujuan proposal tersebut. Sedangkan masalah, dijadikan berikutnya di bawah judul "Uraian Proyek". Kita lihat contohnya.

### **MASALAH**

*Pentingnya komunikasi bisnis ini dirasakan oleh berbagai perusahaan di Indonesia. Seperti yang dialami PT Maju Teras yang telah mengikutkan karyawannya dalam pelbagai latihan komunikasi bisnis. Proposal ini hendak menunjukkan manfaat dari paket-paket pelatihan komunikasi bisnis.*

Kini kita memasuki bagian *ruang lingkup* proposal. Saat kita menulis bagian ini dari proposal, kita membatasi apa tujuan yang ingin dicapai dan bahan apa yang Anda tawarkan untuk mencapai tujuan tersebut. Istilah *ruang lingkup* bisa dinyatakan secara eksplisit, bisa juga secara implisit. Kita perhatikan contoh berikut ini.

### **RUANG LINGKUP**

*Tokoh-tokoh terkemuka dalam dunia bisnis dan industri bekerja dengan menghargai para ilmuwan dan staf produksi yang terlatih yang mampu membuat program pendidikan melalui televisi dengan durasi 30 menit yang dapat dipergunakan dalam kuliah di perguruan-perguruan tinggi atau sebagai modul di Universitas Terbuka.*

Kini kita bahas bagian *metode* dan *prosedur*. Metode yang digunakan untuk memecahkan masalah atau menjalankan kegiatan proposal bisnis, hendaknya diungkapkan dengan rinci. Pada bagian ini, dijelaskan secara sederhana langkah-langkah yang perlu ditempuh agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dan tulislah secara berurutan. Jika mungkin, ada baiknya

jika kita juga mencantumkan jadwal waktu untuk menunjukkan kapan proyek tersebut selesai.

*Materi dan peralatan.* Untuk proposal yang besar, seperti proposal bidang konstruksi, penelitian dan pengembangan, jelaskan jenis dan jumlah material dan peralatan yang digunakan. Dalam beberapa kasus, berbagai bagian dalam perusahaan kita memberikan bantuannya untuk menyusun bagian proposal ini. Bila materi dan peralatan memakan sebagian besar keseluruhan biaya, cantumkan juga harga-harga materi dan peralatan itu.

*Personalialia dan rekomendasi.* Anggaplah proposal yang kita buat sesuai dengan keinginan memberikan layanan produk barang dan jasa yang akan dipasokkan kepada costumer yang prospektif. Mereka akan membeli apa yang ditawarkan tersebut, bila dalam proposal tersebut ada bagian-bagian yang meyakinkan. Dalam menuliskan pesan penjualan, keyakinan memainkan peran penting dalam sebuah proposal. Jika segala sesuatu yang digambarkan secara garis besar dapat dipercaya maka siapa dan bagaimana menjadi bagian sangat penting dalam bagian proposal ini. Keyakinan yang ditumbuhkan oleh sebuah proposal didasarkan pada catatan masa lalu perusahaan kita. Seperti pernah memasok ke mana saja dan apa saja ke costumer lain. Rekomendasi dari costumer yang telah menggunakan produk dan jasa kita juga penting karena ini akan meningkatkan kepercayaan. Anggaran biaya yang diusulkan pun akan turut menentukan tingkat kepercayaan tadi. Misalnya, apakah anggaran yang kita tawarkan itu cukup realistis dan rasional atau sengaja di-*mark-up*. Tentu saja, nama-nama orang yang tercantum dalam personalialia proposal tersebut juga menentukan kepercayaan dari costumer.

Pada bagian rekomendasi yang lain dari proposal tersebut, kita pun dapat mencantumkan pekerjaan-pekerjaan yang sudah kita kerjakan. Kita dapat melihatnya dalam contoh berikut ini.

#### **KLIEN UTAMA DALAM 5 TAHUN TERAKHIR**

*PT Bakrie Holding Coy.; PT Bimantara Citra; Bank BCA; Citibank; Bank Rakyat Indonesia; PT Jababeka; PT Bukaka Teknik Utama; PT Texmaco; PT National Gobel; PT Toyota Astra Motor; PT Semen Gresik; PT Pupuk Kujang; PT Indah Kiat Pulp and Paper; PT Caltex Indonesia; Golden Key Group; GORO; PT Satelindo; PT Indosat.*

*Tindak-Lanjut dan Evaluasi.* Sekalipun proposal yang kita buat mencantumkan berbagai keberhasilan untuk meyakinkan klien, namun Klein pun kerap sangat memperhatikan apa yang akan terjadi kalau proyek yang diusulkan dijalankan itu telah selesai. Jika proposal yang kita tulis itu dimaksudkan untuk mendapatkan bantuan penelitian, jangan sekali-kali berjanji untuk mencapai lebih dari yang dapat kita lakukan. Jika penelitian kita bersifat eksploratif guna mendapatkan pendekatan baru untuk bidang kesehatan dan penyakit berat, jangan berjanji dapat memecahkan semua permasalahan kesehatan yang ada di dunia. Jika tujuan yang kita ingin capai adalah mengkaji bidang manajemen perusahaan, kita tentunya harus lebih memiliki rasa percaya diri. Proposal yang diajukan sebuah perusahaan akuntan publik untuk mengaudit sebuah perusahaan, tidak memerlukan hal-hal baru. Para akuntan bekerja berdasarkan fungsi-fungsi audit tertentu sesuai standar profesinya. Namun, sebuah proposal yang menawarkan janji yang bersifat psikologis harus menunjukkan tindak lanjut program untuk menilai layanan yang diberikan perusahaan akuntan publik tadi.

Kini kita membicarakan soal *anggaran* dan *rangkuman*. Dalam sebuah proposal kita harus mencantumkan rencana anggaran biaya program secara terperinci, baik untuk biaya material, peralatan, konsultan, honorarium anggota tim, biaya transportasi dan akomodasi. Sebagai tambahan, kita juga sebaiknya menuliskan rangkuman biaya yang dianggarkan.

Bagian terakhir yang kita bahas dari proposal adalah *lampiran*. Bagian ini dimaksudkan untuk memberi informasi tambahan guna meyakinkan klien kita. Bibliografi dan apendiks adalah contoh lampiran yang biasa dicantumkan dalam proposal. Apendiks tersebut dapat berupa kuesioner, peta, surat rekomendasi, surat izin usaha dan NPWP.

Tadi sudah melihat contoh untuk bagian per bagian proposal. Sekarang kita melihat contoh proposal yang utuh. Sekaligus Anda bisa berlatih untuk mengidentifikasi bagian-bagian proposal tersebut. Perhatikanlah proposal di bawah ini, yang merupakan sebuah proposal singkat:

PROPOSAL SEMINAR  
PENGEMBANGAN STAF: KETERAMPILAN KOMUNIKASI  
INTERPERSONAL UNTUK SUPERVISOR DAN  
MANAJEMEN MADYA

Oleh: Saeful Rochman, MBA  
Koordinator Staff Development

1 Oktober 1997

**Masalah**

*Manajemen merasakan adanya kebutuhan untuk memperbaiki kinerja komunikasi para supervisor dan personalia pada tingkat manajemen madya untuk menguatkan hubungan di antara mereka dan hubungan dengan para pekerja. Tentu saja pelatihan yang diusulkan ini dirancang untuk membantu para peserta mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal yang efektif.*

**Metode Pelatihan**

*Berdasarkan pengalaman kita, konsep-konsep berikut ini sangat efektif dalam memperbaiki pemahaman dan meningkatkan kinerja.*

**Metode Belajar-mengajar**

*Keterampilan interpersonal hanya dapat diperoleh melalui kegiatan yang diorientasikan pada program pelatihan yang memungkinkan peserta dapat menerapkan teori melalui permainan peran, diskusi kasus dan umpan balik.*

*Dalam pendekatan ini, pelatih berperan sebagai fasilitator belajar dan bukan sebagai guru. Seringnya penggunaan pengajaran melalui video yang dipakai oleh pelatih dan umpan balik kelompok menguatkan hasil belajar.*

**Isi**

*Topik-topik berikut merupakan inti dari program pelatihan ini:*

1. *Persepsi dan konsep diri*
2. *Iklim komunikasi*
3. *Pengiriman dan penerimaan pesan*
4. *Kecakapan Nonverbal*
5. *Mengurangi Rintangannya Komunikasi*
6. *Mengatasi Konflik*
7. *Wawancara*
8. *Komunikasi Kelompok Kecil*



**Metode Belajar**

Agar peserta latihan ini merasa nyaman ketika dibagikan buku teks panduan, kita menggunakan modul "Komunikasi Bisnis" dari Drs Tatang Subarna, MS. Ditambah pula, hand-out permasalahan yang diberikan untuk permainan peran dan diskusi.

**Waktu Belajar**

Pelatihan ini dibagi menjadi 12 sesi yang masing-masing sesinya selama 2 jam efektif dalam jangka waktu 6 hari kerja.

**Jumlah Peserta**

Jumlah peserta yang diharapkan adalah 12 peserta

**Biaya**

Seluruh materi belajar-mengajar yang kita berikan dalam pelatihan ini termasuk buku teks, hand-out, kamera video, dan berdasarkan banyaknya jumlah sesi dan jumlah peserta maka biaya keseluruhan yang dibutuhkan mencapai Rp5,6 juta. Namun bila pelatihan ini dilakukan untuk 2 angkatan pada periode waktu yang sama maka biayanya dapat dikurangi menjadi Rp.9,5 juta

**Rincian Biaya**

1. Buku teks 12 eks. x Rp50.000,00	Rp 600.000,00
2. Hand-out studi kasus 12 eks. x Rp5.000	- 60.000,00
3. Profesional Fee (24 jam pelatihan x Rp150.000)	- 3.600.000,00
4. Transportasi dan akomodasi fasilitator	- 1.340.000,00

**JUMLAH Rp5.600.000,00**

Setelah kita membahas bagian-bagian proposal dan melihat contoh masing-masing bagian dan contoh utuh sebuah proposal, kini kita memiliki gambaran yang lebih lengkap mengenai proposal bisnis ini. Untuk lebih memudahkan Anda bila diminta untuk membuat sebuah proposal bisnis, kini kita membicarakan langkah-langkah yang perlu diambil pada saat proposal tersebut belum kita tuangkan ke dalam bentuk tertulis. Kita membahas tahap persiapan menulis proposal sekarang.

Langkah *pertama* yang harus kita lakukan adalah memilih format proposal tersebut. Lalu perhitungkan juga berapa jumlah halaman proposal tersebut. Format dan jumlah halaman ditentukan oleh siapa yang akan membaca proposal tersebut dan permasalahan yang diungkapkan dalam proposal tersebut.

*Kedua*, siapkan sampul/jilid untuk proposal tersebut. Usahakan dibuat semenarik mungkin. Dalam lembar sampul/jilid ini, kita dapat memasukkan "judul proposal" yang ditulis dengan jelas dan ukuran hurufnya biasanya lebih besar dan menggunakan huruf kapital. Judul tersebut hendaknya menceritakan kepada pembaca proposal tersebut dengan jelas dan pasti isi proposal tersebut. Singkatnya, judul tersebut harus mencerminkan isi. Dalam halaman judul ini, dicantumkan juga informasi yang diperlukan nama dan gelar pembaca proposal, lalu cantumkan juga tanggal pelaksanaan kegiatan yang diajukan dalam proposal.

*Ketiga*, kita mempersiapkan apa saja yang akan dimasukkan ke dalam bagian isi proposal yang kita tulis. Secara cermat kita tentukan rencana pengorganisasian isi tersebut. Penting juga perhatikan penggunaan gaya bahasa, apakah bersifat personal atau impersonal, yang harus kita gunakan secara konsisten. Jangan gaya personal dicampuradukkan dengan gaya impersonal. Dalam penulisan ini juga kita harus konsisten dalam cara menuliskan judul dan subjudul. Untuk ini kita bisa mengacu pada format baku yang berlaku di perusahaan kita. Apabila perusahaan tidak mempunyai format baku tersebut, gunakan saja format yang umum digunakan. Sedangkan gagasan yang dituliskan sebaiknya diurutkan berdasarkan kategori logis.

Dalam menuliskan isi, tentu kita membangun beberapa pikiran. Satu pokok pikiran biasanya dimasukkan ke dalam sebuah paragraf/alinea. Untuk menghubungkan satu pokok pikiran dengan pokok pikiran yang lain, biasanya digunakan kalimat perangkai sebagai "jembatan" antaralinea atau antarpokok pikiran. Kecermatan kita menggunakan kalimat perangkai tersebut akan membantu memudahkan pemahaman penerima proposal kita.

Untuk gagasan yang sama pentingnya, dalam penulisannya diberikan ruang yang sama besarnya. Agar bisa terlihat arti penting gagasan-gagasan tersebut. Sehubungan dengan itu, hindari penggunaan bahasa yang teknik (*jargon*) dan gaya bahasa superlatif atau ungkapan-ungkapan yang kabur. Berkaitan dengan bahasa ini, kita harus memastikan bahwa hubungan antarparagraf terjalin dengan baik. Tidak ada loncatan penyampaian gagasan begitu pembaca beralih dari satu paragraf ke paragraf lainnya. Dengan demikian keutuhan gagasan menjadi terjaga.

*Keempat*, kita harus membuat rangkuman proposal dan apabila memungkinkan masukkan pula kesimpulan dan rekomendasi. Dalam rangkuman, tegaskan kembali secara singkat temuan-temuan dan penjelasan-

penjelasan yang telah disajikan tadi pada bagian isi. Kesimpulan dan rekomendasi sebaiknya ditempatkan secara berurutan berdasarkan urutan logis atau arti pentingnya, seperti yang biasa dipergunakan dalam membuat format daftar isi.

Untuk menyarankan pengambilan tindakan, sebaiknya dicantumkan dalam bagian rekomendasi dengan menggunakan pendekatan "apa yang seharusnya dilakukan, kapan dilakukan, di mana dan bagaimana melakukannya". Jika memungkinkan nyatakan pula manfaat dari tindakan tersebut agar pembaca proposal kita terkesan dan termotivasi untuk mengikuti rekomendasi tersebut.

*Kelima*, kita mesti memperhatikan cara penulisan dengan mengikuti kaidah-kaidah dalam Bahasa Indonesia, yang dikenal dengan konsep Ejaan yang Disempurnakan (EYD). Di dalam EYD ini sudah diatur, misalnya cara penulisan gelar akademik, seperti perbedaan penulisan gelar dokter dan doktor, cara penulisan alamat, penggunaan tanda baca seperti titik (.), tidak koma (;) dan koma (,).

Sehubungan dengan hal tersebut, penting untuk kita perhatikan penggunaan kata sambung, seperti *sehingga* yang tidak dapat dipergunakan setelah titik karena kata *sehingga* merupakan kata sambung di dalam dan bukan kata sambung antar kalimat. Begitu juga dengan penggunaan *di* dan *ke* yang kerap kita jumpai masih keliru karena tidak membedakan antara *di* dan *ke* sebagai kata dan imbuhan. Untuk *di* dan *ke* yang diikuti dengan kata penunjuk tempat, dengan sendirinya menunjukkan kedua kata tersebut bukan sebagai imbuhan atau awalan sehingga dalam penulisannya dipisahkan dari kata yang diikutinya, seperti *di rumah*, *di kantor*, *di jalan*. Sedangkan *di* dan *ke* yang diikuti kata benda atau kata kerja, berfungsi sebagai imbuhan awalan seperti dalam *dipukul*, *dikejar*, *dibuat*, *dibinasakan* dan *digulai*.

Arti penting kecermatan dalam berbahasa ini, bukan hanya untuk menjamin tersampainya gagasan yang kita tulis secara baik melainkan karena proposal itu juga merupakan "wakil" dari organisasi/lembaga bisnis kita. Cermat dalam berbahasa berarti turut menjaga citra perusahaan tempat kita bekerja. Melalui cara kita berbahasa itulah, orang lain atau pihak di luar organisasi/lembaga bisnis kita dapat menilai citra organisasi. Sebaik apa pun kertas yang akan digunakan untuk menuliskan proposal tersebut, namun bila penggunaan bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pikiran melalui kertas tersebut buruk maka penilaian pihak lain atas organisasi/lembaga bisnis kita akan menjadi tidak seperti yang kita harapkan.

Oleh karena itu, ada baiknya, setelah kita menuliskan proposal untuk memeriksa kembali bukan hanya bagaimana runtutan gagasan yang dituliskan tapi juga cara menuliskannya yang di dalamnya termasuk bagaimana logika bahasanya, bagaimana rasa bahasanya dan bagaimana juga tata bahasa. Logika bahasa akan membimbing kita untuk membangun kalimat-kalimat yang logis, rasa bahasa berkaitan dengan kesantunan berbahasa dan tata bahasa berkaitan dengan ketertiban kita dalam menaati konvensi kaidah kebahasaan yang baku.



## LATIHAN

---

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

Sebagai bahan latihan, cobalah Anda membuat sebuah proposal untuk Divisi Layanan Konsumen McDonald's, sebuah perusahaan hamburger termasyhur. Anggap saja Anda sudah memiliki kualifikasi untuk membuka sebuah restoran hamburger sebagai salah satu *outlet* di kota Anda. Berdasarkan uraian di bawah ini, buatlah sebuah proposal untuk meyakinkan Divisi Layanan Konsumen McDonald's bahwa layak dipilih untuk mengelola *outlet* itu.

**Pengajuan Proposal untuk Membuat Outlet Fast-Food di Kota Anda.** Sebuah perusahaan waralaba (*franchise*) terkenal bernama McDonald's memberikan kesempatan untuk membuka cabang-cabang baru yang dipersiapkan bagi masyarakat di kota tempat Anda tinggal. Anda tertarik pada bisnis warabala ini karena menjanjikan keuntungan sampai Rp50.000.000,00/tahun bagi mereka yang memiliki outlet tapi tidak aktif dalam pengoperasian bisnis ini. Namun apabila Anda aktif, Anda akan memperoleh laba yang lebih besar lagi, yakni Rp100.000.000,00/tahun. Modal yang kita perlukan sebesar Rp150.000.000,00. Anda hanya memiliki Rp50.000.000,00. Akan tetapi, bisa meminjam dari lembaga keuangan tertentu. Pemilik warabala akan memberikan pelatihan pendahuluan untuk para staf Anda. Selain itu, Anda membutuhkan tambahan dana untuk penataan ruang restoran dan bimbingan manajemen keuangan.

*Petunjuk Jawaban Latihan*

Apabila menemui kesulitan, cobalah kerjakan latihan ini bersama teman Anda atau berdiskusilah dengan Tutor.

**RANGKUMAN**

---

Proposal merupakan usulan yang menguraikan pemecahan masalah yang dibuat atas permintaan pihak lain untuk menggambarkan pemecahan masalah yang diusulkan. Dalam kegiatan bisnis sekarang ini, proposal merupakan bagian sangat penting untuk menjalankan aktivitas bisnis. Bahkan adakalanya, sebuah bisnis berlangsung dengan diawali dari sebuah proposal. Dalam proposal terkandung (1) rincian gagasan untuk memecahkan masalah, dan (2) biaya yang dibutuhkan.

Proposal terdiri dari beberapa bagian (1) latar belakang masalah dan tujuan, (2) material dan peralatan, (3) personalia dan rekomendasi, (4) tindak lanjut dan atau evaluasi, (5) anggaran, biaya dan rangkuman, dan (6) lampiran-lampiran.

Proposal tersebut dibuat untuk meyakinkan orang/pihak lain. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan bahasa yang kita gunakan. Prinsip-prinsip dalam kaidah bahasa hendaknya kita perhatikan. Kita mesti mengingat apa yang diatur dalam EYD (Ejaan yang Disempurnakan), logika bahasa, rasa bahasa, dan tata bahasa.

**TES FORMATIF 2**

---

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Dalam kegiatan bisnis, proposal umumnya datang dari ....
  - A. penjual
  - B. pembeli
  - C. pemasok
  - D. A, B, dan C benar
  
- 2) Di dalam proposal, selain uraian rinci mengenai pokok permasalahan yang akan dipecahkan juga menguraikan ....
  - A. anggaran
  - B. pemecahan masalah
  - C. personalia
  - D. A, B, dan C benar

- 3) Cara untuk mencapai tujuan dalam proposal dicantumkan dalam bagian ....
  - A. metode/prosedur
  - B. ruang lingkup
  - C. tujuan
  - D. masalah
  
- 4) Proposal dapat dianggap sebagai wakil sebuah organisasi/lembaga bisnis dalam menjual gagasan secara tertulis sehingga dalam penulisan proposal kita harus ....
  - A. cermat dalam berbahasa
  - B. cermat dalam memilih format
  - C. cermat ketika memilih huruf
  - D. A, B, dan C salah
  
- 5) Untuk meningkatkan kredibilitas organisasi/lembaga pengirim proposal, sebaiknya dilampirkan ....
  - A. rekomendasi costumer
  - B. rekomendasi pemerintah
  - C. popularitas
  - D. A, B, dan C salah
  
- 6) Kesimpulan dan rekomendasi dalam proposal, sebaiknya diorganisasikan secara ....
  - A. induktif
  - B. deduktif
  - C. logis
  - D. kronologis
  
- 7) Kecermatan dalam menggunakan kalimat untuk penulisan proposal akan membantu meningkatkan ....
  - A. kesimpulan
  - B. pemahaman
  - C. persuasi
  - D. citra perusahaan
  
- 8) Informasi tambahan yang dilampirkan dalam proposal guna meyakinkan klien di antaranya ....
  - A. rekomendasi
  - B. SIUP
  - C. NPWP
  - D. A, B, dan C benar

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 2 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 2.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali

80 - 89% = baik

70 - 79% = cukup

< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan modul berikutnya. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 2, terutama bagian yang belum dikuasai.

## Kunci Jawaban Tes Formatif

### *Tes Formatif 1*

- 1) A
- 2) A
- 3) D
- 4) C
- 5) B
- 6) B
- 7) B
- 8) B

### *Tes Formatif 2*

- 1) D
- 2) D
- 3) A
- 4) A
- 5) A
- 6) C
- 7) B
- 8) D



## Daftar Pustaka

Bovee, Courtland L. dan John V. Thill. (1989). *Business Communications Today*. New York: McGraw-Hill Coy.

Himstreet, William C., Wayne Murlin Baty dan Carol M. Lehman. (1993). *Business Communication*. Belmont: Windsworth Publishing Coy.

*[Kembali Ke Daftar isi](#)*