

# KOMUNIKASI BISNIS



Dr. Dindin Abdurohim BS, S.Sos., MM., M.Si.



# KOMUNIKASI BISNIS

## **Hak Cipta Dilindungi Undang-undang**

Dilarang keras memperbanyak, memfotokopi sebagian atau seluruh isi buku ini, serta memperjualbelikannya tanpa mendapat izin tertulis dari Penerbit.

## **© 2019, Penerbit Alfabeta, Bandung**

Kom12 (xviii+298) 18,2 x 25,7 cm

Judul Buku : Komunikasi Bisnis

Penulis : Dindin Abdurrahim BS, S.Sos., MM., M.Si

Penata Letak &

Perancang Sampul : Regan Vaughan  
Aswin Palls

Penerbit : ALFABETA, cv

Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung

Telp. (022) 200 8822 Fax. (022) 2020 373

Website: [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)

Email: [alfabetabdg@yahoo.co.id](mailto:alfabetabdg@yahoo.co.id)

Cetakan Kesatu : September 2019

ISBN : 978-602-289-538-1

Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI)

# **KOMUNIKASI BISNIS**

**DINDIN ABDUROHIM BS, S.Sos., MM., M.Si.**



**PENERBIT ALFABETA BANDUNG**

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

**Pasal 9**

- (1) Pencipta atau pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki Hak Ekonomi untuk melakukan:
  - a. Penerbitan Ciptaan;
  - b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya;
  - e. Pendistribusian Ciptaan atau salinannya;
  - g. Pengumuman Ciptaan;
- (2) Setiap orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.
- (3) Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.

**Pasal 113**

- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

PERHATIAN  
KECELAKAAN BAGI ORANG-ORANG YANG CURANG  
(QS Al-Muthaffifin Ayat 1)

Para pembajak, penyalur, penjual, pengedar, dan PEMBELI BUKU BAJAKAN adalah bersekongkol dalam alam perbuatan CURANG. Kelompok genk ini saling membantu memberi peluang hancurnya citra bangsa, “merampas” dan “memakan” hak orang lain dengan cara yang bathil dan kotor. Kelompok “makhluk” ini semua ikut berdosa, hidup dan kehidupannya tidak akan diridhoi dan dipersempit rizkinya oleh ALLAH SWT.

(Pesan dari Penerbit ALFABETA)

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT pemilik semesta alam. Rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan buku Komunikasi Bisnis ini.

Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan suatu tindakan yang memungkinkan kita mampu menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan apa yang kita butuhkan, Komunikasi dibutuhkan dalam berbagai aspek, Aktifitas dan bidang kehidupan, salah satunya komunikasi dalam aktifitas bisnis.

Komunikasi bisnis merupakan aktivitas komunikasi melalui penyampaian pesan dan informasi dalam aktivitas bisnis, mulai dari aktivitas perencanaan Bisnis, Manajemen, baik Manajemen Pemasaran, Manajemen Produksi, Manajemen SDM, dan Manajemen Keuangan, selain hal tersebut dalam menjalankan komunikasi diperlukan pemahaman, Fungsi, Tujuan, Proses, Jenis Dan Bentuk Komunikasi. Bagaimana Komunikasi Organisasi, Komunikasi Antar Personal Dalam Lingkungan Bisnis, Komunikasi Lintas Budaya, Teknologi Komunikasi Dan Efektifitas Dan Hambatan Komunikasi

Berangkat dari hal tersebut, penulis memutuskan untuk menyusun sebuah buku tentang komunikasi bisnis. Buku ini diharapkan dapat menjadi tambahan materi dalam perkuliahan. Dalam buku ini penulis mencoba menyuguhkan materi komunikasi bisnis dengan lebih sederhana dengan bahasa yang mudah dimengerti.

Mudah-mudahan buku ini dapat menjadi pegangan baik bagi para pengajar maupun mahasiswa dalam kegiatan belajar mengajar. Selain itu, penulis juga berharap buku ini dapat bermanfaat dan diaplikasikan oleh para praktisi dalam dunia bisnis.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan buku ini. Apabila pembaca mendapati kekurangan dalam penyajian materi pada buku ini dan menyampaikan saran atau sapaan kosntruktif, penulis dengan tulus menyampaikan rasa penghargaan dan terima kasih.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian buku ini. Semoga Buku ini dapat menjadi sumbangsih bagi pembaca.

Bandung, Januari 2019

Penulis,

Dindin Abdurohim BS, S.Sos., MM., M.Si.

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR GURU BESAR UNPAS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii

## BAGIAN I

### DASAR-DASAR KOMUNIKASI BISNIS

#### BABI

<b>DASAR-DASAR KOMUNIKASI BISNIS .....</b>	<b>1</b>
1.1. Komunikasi dan Ruang Lingkupnya .....	1
1.1.1. Pengertian Komunikasi .....	2
1.1.2. Fungsi Komunikasi .....	3
1.1.3. Tujuan Komunikasi .....	5
1.2. Proses Komunikasi .....	5
1.2.1. Model Komunikasi Laswell .....	5
1.2.2. Model Komunikasi David K. Berlo .....	7
1.2.3. Model Komunikasi Wilbur Schramm .....	8
1.3. Jenis-jenis Komunikasi .....	10
1.3.1. Komunikasi Non Verbal .....	10
1.3.2. Komunikasi Verbal .....	13
1.3.3. Komunikasi Tertulis .....	15
1.4. Bentuk-bentuk Komunikasi .....	15
1.5. Efektivitas Komunikasi .....	18
1.6. Hambatan Dalam Komunikasi .....	20
1.6.1. Hambatan Fisik .....	20
1.6.2. Hambatan Non Fisik .....	20
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI .....	23

#### BAB II

<b>KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI .....</b>	<b>25</b>
2.1. Organisasi dan Ruang Lingkupnya .....	25
2.1.1. Pengertian Organisasi .....	25

2.1.2. Elemen Organisasi .....	26
2.1.3. Karakteristik Organisasi .....	29
2.2 Arus Komunikasi Dalam Organisasi.....	30
2.2.1. Komunikasi Ke Atas.....	30
2.2.2. Komunikasi Ke Bawah.....	31
2.2.3. Komunikasi Lateral.....	32
2.3. Komunikasi Dalam Bisnis.....	32
2.4. Etika Komunikasi Bisnis .....	36
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI .....	38

### **BAB III**

#### **KOMUNIKASI ANTAR PERSONAL DALAM LINGKUNGAN**

<b>BISNIS .....</b>	<b>39</b>
3.1. Komunikasi Antar personal .....	39
3.1.1. Pengertian Komunikasi Antar personal .....	39
3.1.2. Tujuan Komunikasi Antar personal .....	40
3.2. Konsep Diri .....	42
3.2.1. Kesadaran Diri .....	43
3.2.2. Pengungkapan Diri .....	45
3.3. Hubungan dan Daya Tarik Antar personal.....	46
3.3.1. Hubungan Antar personal.....	46
3.3.2. Daya Tarik Antar personal .....	48
3.4. Kebutuhan Komunikasi Antar personal dalam Organisasi.....	50
3.5. Kekuasaan dan Konflik .....	53
3.6. Manajemen Konflik .....	55
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	58

### **BAB IV**

#### **KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA.....59**

4.1. Memahami Komunikasi Lintas Budaya.....	59
4.1.1. Memahami Bahasa Lintas Budaya .....	60
4.1.2. Memahami Budaya dan Perbedaannya .....	61
4.2. Hambatan Komunikasi Lintas Budaya .....	63
4.2.1. Hambatan Dalam Proses Komunikasi .....	63
4.2.2. Hambatan Etnosentris .....	64
4.3. Komunikasi Bisnis Lintas Budaya .....	65

PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	67
-------------------------------	----

## **BAB V**

<b>TEKNOLOGI KOMUNIKASI .....</b>	<b>69</b>
5.1. Apa Itu Teknologi Komunikasi? .....	69
5.2. Perkembangan Teknologi Komunikasi .....	72
5.3. Teknologi Dalam Komunikasi Bisnis .....	73
5.4. Berbagai Macam Teknologi Komunikasi Bisnis .....	75
5.5. Pengaruh Teknologi Terhadap Komunikasi .....	79
5.5.1. Manfaat Teknologi Komunikasi.....	79
5.5.2. Kelemahan Teknologi Komunikasi.....	80
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI .....	82

## **BAB VI**

<b>DASAR-DASAR BISNIS .....</b>	<b>83</b>
6.1. Bisnis dan Ruang Lingkupnya .....	83
6.1.1. Pengertian Bisnis .....	83
6.1.2. Pihak-pihak Dalam Pengelolaan Bisnis .....	84
6.1.3. Tujuan Bisnis .....	85
6.1.4. Jenis-jenis Bisnis .....	86
6.2. Sistem perekonomian dan Sistem Pasar.....	87
6.3. Etika Bisnis .....	91
6.4. Hakikat Bisnis .....	92
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	93

## **BAGIAN II**

### **PENULISAN PESAN BISNIS**

## **BAB VII**

<b>PERENCANAAN PESAN BISNIS.....</b>	<b>95</b>
7.1. Proses Komposisi Pesan Bisnis.....	95
7.2. Menentukan Tujuan Pesan Bisnis .....	96
7.3. Analisis Audiens .....	98



7.4. Proses Penyusunan Pesan Bisnis.....	101
7.5. Pemilihan Saluran dan Media yang Sesuai.....	104
7.5.1. Saluran Komunikasi Lisan .....	104
7.5.2. Saluran Komunikasi Tertulis .....	105
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	107

## **BAB VIII**

### **PENGORGANISASIAN PESAN BISNIS ..... 109**

8.1. Pentingnya Pengorganisasian Pesan Bisnis.....	109
8.2. Pesan Rutin, Pesan Positif dan Pesan Itikad Baik.....	113
8.3. Penulisan Pesan Persuasif .....	115
8.4. Memformulasikan Pesan Bisnis .....	118
8.4.1. Mengendalikan Gaya dan Nada .....	118
8.4.2. Perbedaan Gaya Lisan dan Gaya Tulisan.....	120
8.4.3. Pemilihan Kata yang Tepat .....	121
8.4.4. Membuat kalimat yang Efektif .....	122
8.4.5. Mengembangkan Paragraf yang Logis .....	123
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	125

## **BAB IX**

### **REVISI PESAN BISNIS ..... 127**

9.1. Menyunting Pesan ( <i>Editing</i> ).....	127
9.1.1. Mengevaluasi Isi dan Organisasi .....	127
9.1.2. Meninjau Ulang Gaya dan Kemudahan Pembacaan.....	130
9.2. Menulis Ulang Pesan.....	130
9.3. Memproduksi Pesan .....	131
9.4. Mencetak Pesan .....	132
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	132

## **BAB X**

### **PENULISAN *BAD NEWS* ..... 133**

10.1. Strategi Pengorganisasian Pesan-pesan <i>Bad News</i> .....	133
10.1.1. Menciptakan <i>Audience-Tone Centered</i> .....	134
10.1.2. Memilih Pendekatan Organisasional .....	134
10.2. Penyampaian <i>Bad News</i> Ke Pelanggan .....	136

10.2.1. Bad News Tentang Pesanan .....	137
10.2.2. Penolakan Surat Pengaduan dan Keluhan.....	138
10.2.3. Mengganti Produk .....	138
10.2.4. Tidak Memenuhi Pesanan.....	139
10.3. Bad News Tentang Orang.....	139
10.3.1. Penolakan Menulis Surat Rekomendasi .....	139
10.3.2. Penolakan Lamaran Kerja.....	139
10.3.3. Surat Penolakan Kredit .....	140
10.4. Mengkomunikasikan Informasi dan Jawaban Negatif .....	140
10.4.1. Bad News Tentang Produk.....	140
10.4.2. Penolakan Kerjasama .....	141
10.4.3. Penolakan Undangan .....	141
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	143

### **BAGIAN III**

### **KORESPONDENSI BISNIS**

#### **BAB XI**

<b>KORESPONDENSI DALAM BISNIS .....</b>	<b>145</b>
11.1. Pengertian Korespondensi .....	145
11.2. Alasan Korespondensi .....	146
11.3. Peranan Korespondensi Dalam Bisnis .....	147
11.4. Format Surat.....	148
11.5. Pesan Komunikasi Yang Efektif .....	150
11.6. Jenis Surat dalam Komunikasi Bisnis .....	152
11.7. Korespondensi Informal.....	155
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	158

#### **BAB XII**

<b>PENULISAN KORESPONDENSI BISNIS.....</b>	<b>159</b>
12.1. Surat Pesanan.....	159
12.2. Surat Penjualan .....	160
12.3. Surat Klaim .....	162
12.4. Surat Penyesuaian.....	164
12.5. Surat Tagihan .....	165
12.6. Surat Ucapan Terima Kasih .....	168

12.7. Surat Ucapan Simpati.....	170
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	170

### **BAB XIII**

<b>PENULISAN RESUME DAN LAMARAN KERJA .....</b>	<b>171</b>
13.1. Penulisan Resume.....	171
13.1.1. Persiapan Menulis Resume.....	171
13.1.2. Pengorganisasian Resume .....	173
13.1.3. Menulis Resume yang Sempurna .....	175
13.2. Penulisan Lamaran Kerja .....	177
13.3. Tips Untuk Pelamar .....	179
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	181

## **BAGIAN IV**

### **KOMUNIKASI KETENAGAKERJAAN**

#### **BAB XIV**

<b>WAWANCARA KERJA.....</b>	<b>183</b>
14.1 Arti Penting Wawancara.....	183
14.2 Cara Mengenali Pekerjaan dan Perusahaan.....	185
14.3 Pertimbangan Pewawancara Dalam Wawancara .....	185
14.4 Pertanyaan dalam Wawancara.....	188
14.5 Tindak Lanjut Wawancara.....	190
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	192

## **BAGIAN V**

### **KOMUNIKASI MELALUI PROPOSAL, LAPORAN BISNIS DAN PRESS RELEASE**

#### **BAB XV**

<b>PROPOSAL.....</b>	<b>193</b>
15.1. Pengertian Proposal Bisnis.....	193
15.2. Jenis Proposal Bisnis.....	194
15.3. Komposisi Proposal Bisnis .....	196
15.4. Penampilan Proposal.....	198
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI .....	206

## **BAB XVI**

<b>LAPORAN BISNIS.....</b>	<b>207</b>
16.1. Pengertian dan Fungsi Laporan Bisnis.....	207
16.2. Klasifikasi Laporan Bisnis .....	208
16.2.1. Laporan Informasional.....	209
16.2.2. Laporan Analitis .....	211
16.3. Syarat-syarat Laporan yang Baik.....	212
16.4. Rencana Penulisan Laporan .....	213
16.5. Cara Menyusun Teks Laporan Bisnis .....	216
16.6. Pengorganisasian Pesan Singkat.....	217
16.6.1. Manfaat Laporan Singkat.....	218
16.6.2. Elemen Dalam Laporan Singkat .....	218
16.6.3. Ikhtisar Dalam Laporan Singkat.....	219
16.7. Pengorganisasian Pesan Formal .....	220
16.7.1. Cara Mendefinisikan Masalah .....	221
16.7.2. Penyusunan Rencana Kerja.....	221
16.7.3. Cara Melakukan Penelitian.....	222
16.7.4. Analisis dan Interpretasi Data .....	224
<b>PERTANYAAN UNTUK DISKUSI .....</b>	<b>225</b>

## **BAB XVII**

<b>PENULISAN <i>PRESS RELEASE</i> .....</b>	<b>227</b>
17.1. Hubungan Dengan Pers .....	227
17.2. <i>Press Release</i> dan Krisis Komunikasi .....	229
17.3. Memahami <i>Press Release</i> .....	230
17.4. Persyaratan Penulisan <i>Press Release</i> .....	232
17.5. Perencanaan dan Penyusunan <i>Press Release</i> .....	234
17.6. Penulisan <i>Press Release</i> .....	235
17.7. Tips Menulis <i>Press Release</i> .....	238
<b>PERTANYAAN UNTUK DISKUSI .....</b>	<b>240</b>

**BAGIAN VI**  
**KOMUNIKASI LISAN**

**BAB XVIII**

<b>BERBICARA DAN MENYIMAK.....</b>	<b>241</b>
18.1. Berbicara.....	241
18.1.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelancaran Berbicara .....	243
18.1.2. Bentuk-bentuk Berbicara Dalam Bisnis .....	244
18.1.3. Persiapan Berbicara.....	246
18.2. Menyimak .....	248
18.2.1. Perbedaan Mendengar dan Menyimak .....	248
18.2.2. Tipe Menyimak .....	250
18.2.3. Proses Menyimak.....	251
18.2.4. Kendala Dalam Menyimak.....	252
18.2.5. Petunjuk Penyimakan yang Lebih Efektif.....	254
18.2.6. Pentingnya Menyimak Dalam Dunia Bisnis .....	256
<b>PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....</b>	<b>258</b>

**BAB XIX**

<b>RAPAT DALAM DUNIA BISNIS .....</b>	<b>259</b>
19.1. Arti Rapat Dalam Organisasi.....	260
19.2. Jenis-jenis Rapat .....	261
19.3. Merencanakan Rapat .....	264
19.4. Menyelenggarakan Rapat .....	267
19.5. Dinamika Rapat dalam Organisasi .....	273
<b>PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....</b>	<b>274</b>

**BAB XX**

<b>PRESENTASI.....</b>	<b>275</b>
20.1. Persiapan Presentasi.....	276
20.1.1. Menetapkan Tujuan Presentasi .....	276
20.1.2. Menganalisis Audiens.....	278
20.1.3. Membuat Rencana Presentasi .....	279
20.2. Mengembangkan Presentasi .....	282
20.2.1. Pembukaan.....	283

20.2.2. Bagian Inti Presentasi.....	284
20.2.3. Penutup .....	286
20.2.4. Waktu Tanya Jawab.....	287
20.2.5. Penggunaan <i>Visual Aid</i> .....	287
20.3. Menguasai Teknik dan Seni Presentasi .....	289
20.3.1. Teknik Presentasi.....	289
20.3.2. Seni Presentasi .....	291
20.3.3. Mengatasi Rasa Cemas .....	293
20.4. Presentasi yang Baik .....	294
PERTANYAAN UNTUK DISKUSI .....	296
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>297</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Model Komunikasi Laswell .....	6
Gambar 1.2	Model Komunikasi Berlo .....	7
Gambar 1.3	Model Komunikasi Schramm .....	9
Gambar 2.1	Model Elemen Organisasi .....	27
Gambar 2.2	Persentase Komunikasi Verbal Pelaku Bisnis.....	34
Gambar 7.1	Hubungan Partisipasi Komunikasi dengan Kendali Komunikator ( <i>Boove dan Thill</i> ) .....	97
Gambar 7.2	Petunjuk Analisis Audiens yang Belum Dikenal .....	99
Gambar 7.3	Susunan Pokok-pokok pesan.....	103
Gambar 17.1	Penulisan Piramida Terbalik.....	237
Gambar 18.1	Skala Tingkat Penggunaan Energi Menyimak .....	249

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 6.1 Kelebihan dan Kekurangan Sistem Ekonomi Tradisional, Pasar dan Terbuka .....	89
Tabel 7.1 Perbedaan Tujuan, Topik dan Ide Pokok .....	102



## Dr. Dindin Abdurohim BS, S.Sos., MM., M.Si.



Lahir di Bandung, 2 Agustus 1971, Dosen Universitas Pasundan dan Pascasarjana Universitas Pasundan, serta dosen di PTN dan PTS di Kota Bandung. Aktif sebagai Narasumber, Penelitian dan Penerapan Iptek (PKM). Meraih Gelar Sarjana Jurusan Adm. Bisnis UNPAS Tahun 1995, memperoleh gelar Magister Manajemen dari Institut Pengembangan Wiraswasta Indonesia Jakarta Tahun 2001, Magister Sains Kebijakan Bisnis UNPAS Tahun 2004, dan pada Tahun 2016 menyelesaikan program Doktor Administrasi Bisnis di UNPAD.

Buku ini membahas tentang Komunikasi Bisnis. Dasar-dasar Pemahaman Tentang Komunikasi Bisnis disajikan dalam buku ini yang mencakup Pengertian, Fungsi, Tujuan, Proses, Jenis, dan Bentuk Komunikasi, dan Pengertian, Tujuan, Jenis Bisnis dan Pihak-pihak dalam Pengelolaan Bisnis. Yang tidak kalah pentingnya dalam Buku ini, dibahas mengenai Bagaimana Komunikasi Organisasi, Komunikasi Antar Personal dalam Lingkungan Bisnis, Komunikasi Lintas Budaya, Teknologi Komunikasi dan Efektivitas, dan Hambatan Komunikasi. Dalam Buku ini juga dijelaskan bagaimana Penulisan Pesan Bisnis, Penulisan Korespondensi Bisnis, Komunikasi Ketenagakerjaan, Komunikasi Melalui Proposal, Laporan Bisnis, dan Press Release, Rapat serta Presentasi Bisnis.

Buku ini dirancang bukan saja untuk kebutuhan mahasiswa, tetapi juga untuk memberikan wawasan yang luas bagi mereka yang telah bekerja di lembaga bisnis dan non-bisnis yang memiliki keinginan untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi.

