



KOMUNIKASI BISNIS

INTERPERSONAL COMMUNICATIONS

TUJUAN PEMBELAJARAN

SETELAH MEMPEJARI SESSI INI MAHASISWA DAPAT :

1

- **Mengidentifikasi Personal dan Korporat Kom. Bisnis.**

2

- **Membedakan dan memisahkan Personal KB dan Korporat KB (Komunikasi Bisnis)**

3

- **Mendesripsikan jenis aktivitas masing-masing Komunikasi Bisnis.**

Interpersonal Communications



- ***Interpersonal Communications*** (baik bisnis maupun non bisnis), atau Komunikasi Antarpribadi, adalah komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan orang lain dalam suatu masyarakat maupun organisasi, dengan menggunakan media komunikasi tertentu dan bahasa yang mudah dipahami (informal) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. (*Djoko Purwanto, 2006: hal 21*)

Komunikasi Dalam Bisnis

- Perusahaan sebagai organisasi bisnis juga melakukan komunikasi. Komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan di sebut komunikasi bisnis. Jika di bandingkan dengan komunikasi individu, komunikasi bisnis lebih rumit dan kompleks.
- Komunikasi yang terjadi dalam bisnis bisa berupa **komunikasi internal, komunikasi eksternal**, bersifat formal maupun informal, dan dapat berbentuk verbal maupun nonverbal.

Karakteristik Komunikasi bisnis, baik secara lisan maupun tertulis,

1. Pesan di susun untuk para audiens yang membutuhkan informasi.
2. Pesan bisnis di susun dengan pertimbangan waktu dan biaya. Pesan bisnis di sampaikan berdasarkan tingkat kepentingannya. Informasi yang sangat penting biasanya membutuhkan waktu yang singkat dan biaya yang mahal.
3. Pesan bisnis di susun untuk lebih dari satu tujuan.
4. Walaupun sering terjadi hal-hal yang mengecewakan, pesan bisnis tetap di susun dengan baik untuk menjaga hubungan kerja sama dengan semua pihak, terutama para pelanggan.
5. Pesan bisnis memperhatikan nada dan pengaruhnya terhadap audiens. Pilihan kata dan nada dalam pesan bisnis di perhatikan sedemikian rupa untuk menghindari adanya pengaruh negatif terhadap audiens yang pada akhirnya merugikan perusahaan.

Etika Komunikasi Bisnis

- Organisasi biasanya memiliki kode etik untuk mengatur dan menjaga hubungan antar anggotanya. Misalnya kode etik akuntan, dokter, pengacara, asosiasi dagang, dan lain-lain.
- Contoh masalah yang berkaitan dengan perilaku etis yang sering muncul dalam kegiatan bisnis :
 1. Menerima atau menawarkan komisi
 2. Mencuri dari perusahaan
 3. Memberhentikan karyawan tanpa pemberitahuan
 4. Membocorkan informasi atau rahasia perusahaan
 5. Memakai barang-barang perusahaan untuk kepentingan pribadi
 6. Membangun perusahaan dalam perusahaan
 7. Melakukan penipuan dan pemalsuan
 8. Memperdagangkan barang haram dsb

Komunikasi Bisnis itu Unik

- Komunikasi bisnis lebih banyak persyaratannya daripada komunikasi yang biasanya anda lakukan dengan keluarga, teman-teman, dan rekan kampus. Harapan terhadap pekerjaan menjadi lebih tinggi, dan lingkungan bisnis begitu kompleks sehingga pesan anda dapat gagal karena alasan yang belum pernah anda dengar sebelumnya. Komunikasi bisnis di pengaruhi oleh faktor-faktor seperti globalisasi bisnis, dan meningkatnya aneka ragam angkatan kerja, meningkatnya nilai informasi tingkat resapan teknologi, tumbuhnya kebergantungan pada kerja tim, evaluasi struktur organisasi, berbagai macam hambatan terhadap komunikasi yang berhasil.

lanjutan

- Globalisasi bisnis dan meningkatnya aneka ragam Angkatan Kerja ketika orang-orang dan produk-produk sudah melintasi batas, aneka ragam angkatan kerja, perbedaan-perbedaan antar orang yang berhubungan dengan anda pada saat melakukan pekerjaan, spt: umur, gender, etnis, ras, agama, pendidikan, latar belakang budaya, pengalaman hidup, dan lain-lain.

lanjutan

- Perusahaan-perusahaan yang sukses menyadari dua fakta penting :
- (1) semakin beragam angkatan kerja mereka, semakin besar perhatian yang harus mereka berikan dalam berkomunikasi, dan
- (2) suatu angkatan kerja yang beragam dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang signifikan karena membawa lebih banyak ide dan perspektif yang lebih luas yang berhubungan dengan tantangan bisnis.

Meningkatnya Nilai Informasi Bisnis (BizComm Driver)

- Pandangan mengenai pesaing : perusahaan-perusahaan yang sukses bekerja keras untuk memahami kekuatan dan kelemahan yang di miliki pesaing mereka.
- Kebutuhan-kebutuhan Pelanggan : Kebanyakan perusahaan melakukan investasi waktu dan uang yang signifikan dalam usahanya untuk memahami kebutuhan-kebutuhan pelanggan mereka.
- Peraturan-peraturan dan Pedoman- Pedoman : Perusahaan-perusahaan harus mematuhi dan memahami peraturan pemerintah.

TIK (BizComm Driver)

- Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) didefinisikan sebagai teknologi pengolahan dan penyebaran data menggunakan perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software), komputer, komunikasi, dan elektronik digital.

Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Perusahaan

- Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi banyak digunakan para usahawan. Kebutuhan efisiensi waktu dan biaya menyebabkan setiap pelaku usaha merasa perlu menerapkan teknologi informasi dalam lingkungan kerja.
- Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi menyebabkan perubahan pada kebiasaan kerja. Misalnya penerapan Enterprise Resource Planning (ERP). ERP adalah salah satu aplikasi perangkat lunak yang mencakup sistem manajemen dalam perusahaan.

Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Dunia Bisnis

- Dalam dunia bisnis Teknologi Informasi dan Komunikasi dimanfaatkan untuk perdagangan secara elektronik atau dikenal sebagai E-Commerce. E-Commerce berikut derivativenya, adalah perdagangan menggunakan jaringan komunikasi internet. (E-Procurement, E-Money, E-Wallet dsb)

Courtesy of: purpl3.files.wordpress.com/2008

Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Perbankan

- Dalam dunia perbankan Teknologi Informasi dan Komunikasi adalah diterapkannya transaksi perbankan lewat internet atau dikenal dengan Internet Banking. Beberapa transaksi yang dapat dilakukan melalui Internet Banking antara lain transfer uang, pengecekan saldo, pemindahbukuan, pembayaran tagihan, dan informasi rekening.

Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan

- Teknologi pembelajaran terus mengalami perkembangan seiring perkembangan zaman. Dalam pelaksanaan pembelajaran sehari-hari sering dijumpai kombinasi teknologi audio/data, video/data, audio/video, dan internet. Internet merupakan alat komunikasi yang murah dimana memungkinkan terjadinya interaksi antara dua orang atau lebih. Kemampuan dan karakteristik internet memungkinkan terjadinya proses belajar mengajar jarak jauh (E-Learning) menjadi lebih efektif dan efisien sehingga dapat diperoleh hasil yang lebih baik



Elemen penting



Pelaku

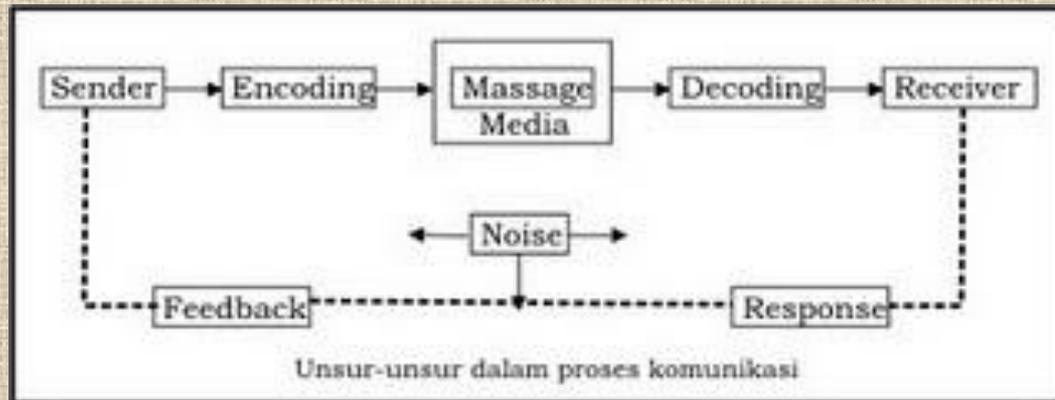
Media

Protocol

Message

Elemen penting

- Pelaku (Communicator dan Communicant), dua orang atau lebih.
- Media (telepon, face to face, teleconference dsb)
- Protocol (Coding dan Encoding, Bahasa dsb)
- Message (Pesan, dan tujuan yang diinginkan)



Contoh “Content of Message”

- Berbagi pengalaman
- Minta “dikirimi” pulsa
- Menumbuhkan simpati
- Melakukan kerja sama
- Curhat, ttg kekecewaan atau kekesalan
- Menumbuhkan motivasi
- dll



Beda Personal vs Korporat KB

- Kepentingan pribadi
- Masalah pribadi
- Informal, bhs campuran
- Tidak standard, flexy
- Tanpa kop surat
- Tanpa stempel
- Surat keluarga

← **Orientasi/
tujuan** →

Pokok bahasan

Bahasa

**Format/gaya
tulisan**

Kertas

Cap/stempel

Contoh

- Kepentingan bisnis
- Masalah bisnis
- Formal, baku
- Standard / baku
- Dengan kop surat
- Dengan stempel
- Surat bisnis

Jenis aktivitas masing-masing Komunikasi Bisnis

- Personal Komunikasi Bisnis
 1. Bercakap-cakap
 2. Berteriak, mengingatkan sesuatu bahaya
 3. Berbisik-bisik, menyampaikan informasi yang 'confidential'.
 4. Berdesis ..."Pssstttt....." dengan telunjuk ditempelkan di bibir, menyuruh tenang, jangan berisik
 5. Bersiul, atau mengeluarkan bunyi "Syuittt..."
 6. Mengerlingkan mata
 7. Memelototkan mata

lanjutan

- Membuat/mengirimkan surat, SMS, E-mail, BBM, Chatting, radio pager, morse, dsb
- Berkomunikasi menggunakan mikropon dan speaker, handy talky, telepon/HP, dsb

Korporat BizComm

- Surat perusahaan/organisasi
- Percakapan telepon resmi seseorang yang mewakili perusahaan
- Beriklan radio, layar bioskop, televisi, media cetak, brosur, x-banner, banner (spanduk), Billboard, Backdrop, pamflet, dsb
- Siaran resmi dari Corporate Speaker, Corporate Secretary, Corporate Communication, Public Relations, Humas, Juru Bicara (Jubir), melalui Pengacara, melalui Konsultan dan Wakil Perusahaan lainnya.

Go Public

- BizComm pada perusahaan yang sudah melaksanakan penjualan saham kepada Publik (Go Public) menjadi sangat penting.
- Semua pemilik saham, meski hanya pada batas minimal (misal 1 lot) adalah pemilik perusahaan yang wajib diberi tahu tentang hal ihwal perusahaan.
- Misalnya, kapan RUPS atau RUPS(LB) diselenggarakan, kapan Dividen dibagikan, Apa saja Corporate Action yang akan/sedang/sudah dilakukan. Bagaimana Neraca Laba/Rugi dll dikomunikasikan. Laporan tahunan perusahaan spt apa?