

BAB I

KOMUNIKASI BISNIS

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, pembaca akan mampu:

- menjelaskan pengertian tentang komunikasi bisnis,
- memahami tentang bentuk dasar komunikasi,
- mengidentifikasi tentang kesalahpahaman dalam komunikasi (*mis-communication*),
- menjelaskan bagaimana memperbaiki komunikasi.

Dalam dunia praktis baik sektor bisnis, bidang pekerjaan maupun di bidang lainnya, komunikasi memegang peranan yang sangat penting dan esensial. Setiap orang yang terlibat di dalam aktivitas tersebut akan saling berinteraksi untuk tujuan tertentu. Jika merujuk pada fitrahnya, manusia adalah makhluk sosial yang senantiasa mempunyai keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain. Selain itu, manusia juga memiliki kecenderungan untuk mengetahui berbagai hal yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi bahkan telah menjadi kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang, apalagi dalam bidang bisnis yang selalu membutuhkan metode dan strategi berkomunikasi, sehingga tujuan dapat dicapai.

Pada bab ini akan dipelajari tentang pengertian komunikasi bisnis, bentuk dasar komunikasi, bagaimana mengidentifikasi adanya kesalahpahaman dalam komunikasi, dan bagaimana cara memperbaiki komunikasi tersebut.

A. Apa itu Komunikasi Bisnis?

Secara istilah, komunikasi diambil dari bahasa *latin*, yaitu "*communico*" yang berarti membagi. Dengan arti yang lebih luas lagi, "membagi" dalam hal ini berupa membagi ide atau gagasan antara satu orang dengan yang lainnya. Menurut Himstret, dkk (2009), komunikasi merupakan suatu proses *exchange* informasi antar individu melalui sebuah sistem yang biasa baik dengan simbol atau kode, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Sedangkan definisi lain disebutkan bahwa komunikasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan (Bovee, 2014). Secara umum komunikasi dilakukan dua orang atau lebih dan proses pemindahan pesannya pun juga dapat dilakukan dengan menggunakan cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang secara verbal baik melalui lisan atau tulisan, maupun bahasa non-verbal.

Definisi bisnis adalah segala aktivitas atau usaha yang memiliki tujuan untuk menciptakan keuntungan (*profit*). Dalam definisi lain, bisnis adalah proses atau bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau industry yang mengkombinasikan faktor-faktor produksi dalam rangka menciptakan produk berupa barang atau jasa, sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan. Selain itu, bisnis dapat diartikan juga sebagai aktifitas yang menyediakan produk berupa barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen (Griffin dan Ebert, 2007). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, atau usaha dagang.

Sehingga, jika dielaborasikan secara sederhana, maka apa yang dimaksudkan dengan pengertian komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, yang mencakup komunikasi verbal maupun non-verbal untuk mencapai tujuan tertentu sesuai dengan kepentingan bisnis pelaku komunikasi tersebut (Purwanto, 2017). Definisi sederhana lainnya mengenai komunikasi bisnis adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi bisnis merupakan suatu proses pertukaran ide, pesan, dan konsep yang berkaitan dengan pencapaian serangkaian tujuan komersial (Katz, 1994).
2. Komunikasi yang diterapkan pada bidang bisnis atau perdagangan, baik produk berupa barang maupun jasa (James J. Floyd, 2006).
3. Komunikasi merupakan proses interaksi antara pemilik bisnis dengan pihak lain sejak bisnis dijalankan sampai dengan proses perkembangannya dengan cakupan berbagai macam permasalahan yang dihadapi.
4. Komunikasi adalah proses interaksi yang intensif antara perusahaan dengan pihak lain yang terkait, seperti *consumer*, *costumer*, *supplier*, *distributor*, *competitor*, *government*, dan lingkungan eksternal lainnya yang berhubungan dengan perusahaan.

Komunikasi bisnis yang efektif adalah komunikasi yang dapat menghasilkan hubungan baik dan sinergi yang baik antara perusahaan dengan *stakeholder*. Berikut adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi bisnis, di antaranya sebagai berikut:

1. *Perception*

Faktor persepsi ini berkaitan antara komunikator dengan komunikan. Seorang komunikator (orang yang menyampaikan pesan), harus memiliki kemampuan memprediksi melalui

berbagai persepsi terkait apakah pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh komunikan (penerima pesan).

2. *Information and Technology Supporting*

Faktor informasi dan perkembangan teknologi yang semakin berkembang, merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keefektifan komunikasi bisnis. Setiap perusahaan memiliki kekhususan dalam hal sistem informasi teknologi yang dikembangkan.

Selain itu juga diperlukan jaringan teknologi informasi dan komunikasi yang dapat menyediakan jaringan luas hingga menjangkau ke wilayah yang lebih luas. Investasi perusahaan dalam upaya mendukung efektifitas komunikasi mereka kepada *customer* akan menjadi hal yang sangat diperhitungkan. Apalagi di era disrupsi yang menuntut setiap perusahaan untuk menyesuaikan perangkat dan sistem yang berhubungan dengan internet sebagai mediana. Internet merupakan media komunikasi yang memiliki peranan penting dalam perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan.

3. *Accuracy*

Faktor ketepatan dalam menyampaikan informasi adalah hal yang krusial dalam komunikasi bisnis. Setiap komunikan memiliki kerangka berpikir yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Agar informasi dapat tersampaikan dengan tepat, maka komunikator perlu mengekspresikan atau mengimplementasikan kerangka berpikir komunikan.

4. *Credibility*

Tingkat kepercayaan merupakan hal yang terkadang bersifat relatif, tergantung situasi dalam interaksi. Kepercayaan antara komunikator dan komunikan harus saling terjaga. Seorang komunikator harus memiliki keyakinan bahwa

komunikasikan dapat dipercaya, sehingga komunikasikan juga akan memposisikan dan berlaku dengan sama, yaitu mempercayai komunikator.

5. *Controlling*

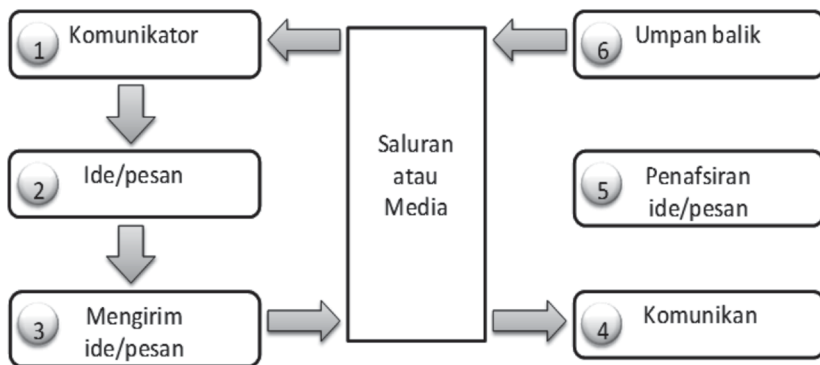
Faktor pengendalian dalam komunikasi bisnis juga bagian penting yang harus diperhatikan. Dalam interaksinya, seorang komunikasikan pastinya nanti akan memberikan tanggapan atas pesan yang disampaikan. Disinilah tugas seorang komunikator untuk bisa mengendalikan respon dari komunikasikan.

6. *Compatibility*

Jalinan baik antara komunikator dan komunikasikan sangat diperlukan, sehingga akan terbangun kecocokan. Komunikator yang baik selalu menjaga kepercayaan dan hubungan yang baik dengan komunikasikan. Hal ini akan membuat komunikasi lebih efektif.

B. Bentuk Dasar Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi terdiri dari 6 (enam) komponen atau unsur, yaitu komunikator, ide atau pesan, media, komunikasikan, penafsiran ide atau pesan dan umpan balik (*feedback*). Pada gambar 1.1. dijelaskan tentang alur komunikasi (Thill dan Bovee, 2017).



Gambar 1.1. Alur Komunikasi

Keterangan:

1. Komunikator, adalah orang yang mengirimkan ide atau pesan.
2. Ide atau pesan, adalah material atau *content* yang dikirimkan oleh komunikator.
3. Mengirim ide atau pesan, yaitu proses pengiriman ide atau pesan dari komunikator melalui saluran atau media.
4. Komunikan, yaitu orang yang menerima ide atau pesan yang dikirimkan oleh komunikator.
5. Penafsiran ide atau pesan, yaitu proses memahami atas ide atau pesan yang dikirimkan.
6. Umpan balik, yaitu tanggapan mengenai persepsi atau penafsiran dari komunikan kepada komunikator.

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan dan bidang bisnis lainnya, terdapat dua bentuk dasar dalam komunikasi, yakni:

1. Komunikasi Verbal

Bentuk komunikasi verbal yang merupakan bentuk komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis untuk menyampaikan pesan kepada pihak lain baik secara lisan ataupun tulisan.

Contoh:

- a) Seorang karyawan menyampaikan informasi secara langsung (lisan) kepada rekan kerja bahwa dia dipanggil atasan untuk menghadap ke ruangan.
- b) Membuat surat permohonan katalog produk kepada perusahaan penyedia (*supplier*) melalui email.

2. Komunikasi Non-verbal

Komunikasi non-verbal adalah bentuk komunikasi yang menggunakan dan memanfaatkan bantuan gerakan tubuh (*body language*).

Contoh:

- a) Melambatkan tangan untuk memanggil orang lain yang tidak terjangkau dengan jelas dengan suara panggilan.
- b) Menggelengkan kepala sebagai bentuk ungkapan tidak setuju dengan apa yang disampaikan orang lain.

Komunikasi non-verbal sangat menunjang dalam penyampaian komunikasi verbal. Terdapat beberapa tujuan komunikasi non-verbal (Thill dan Bovee, 2017), yaitu:

- a) Memberikan informasi.
- b) Mengatur alur suatu percakapan.
- c) Mengekspresikan emosi.
- d) Memberi sifat, melengkapi, menentang atau mengembangkan pesan-pesan verbal.
- e) Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.
- f) Mempermudah tugas-tugas khusus, misalnya bagaimana cara mengayunkan bola *bowling*.

C. Kesalahpahaman dalam Komunikasi (*Mis-communication*)

Dalam sebuah komunikasi, terdapat tendensi dalam pesan yang mungkin tidak dapat dimengerti oleh komunikan secara baik. Berikut adalah beberapa faktor yang dapat menghambat dalam komunikasi, antara lain:

1. Permasalahan di dalam pengembangan pesan

Masalah yang mungkin muncul adalah adanya keraguan mengenai konten pesan, atau dirasakan masih kurang familiar bagi audiens, dan beberapa hal yang menjadi kesulitan dalam menyampaikan sebuah ide.

2. Permasalahan dalam penyampaian pesan

Bagian dari masalah dalam penyampaian pesan adalah terkait dengan sarana dan prasarana atau peralatan yang digunakan

untuk komunikasi.

3. Permasalahan dalam penerimaan pesan

Penerima pesan terkadang mengalami beberapa hal yang tidak dapat diprediksi sebelumnya, misalnya terdapat istilah-istilah yang masih asing bagi penerima, atau terdapat perbedaan persepsi, dikarenakan komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung.

4. Masalah dalam menafsirkan pesan

Persepsi penerima pesan bisa berbeda dalam setiap komunikasi yang disampaikan oleh pengirim. Persepsi tersebut diantaranya adalah perbedaan latar belakang, perbedaan persepsi, dan perbedaan respon audiens.