



KOMUNIKASI BISNIS

(C2) KELAS X

Penulis :
Sensusiani Isriyati, S.Pd, M.Pd

PT. KUANTUM BUKU SEJAHTERA

KOMUNIKASI BISNIS

SMK/MAK Kelas X

Penulis	: Sensusiani Isriyati, S.Pd, M.Pd
Editor	: Tim Quantum Book
Perancang sampul	: Tim Quantum Book
Perancang letak isi	: Tim Quantum Book
Penata letak	: Tim Quantum Book
Ilustrator	: Tim Quantum Book
Tahun terbit	: 2019
ISBN	: 978-623-7398-23-3
Alamat	: Jl. Pondok Blimbing Indah Selatan X N6 No 5 Malang - Jawa Timur

Tata letak buku ini menggunakan program Adobe InDesign CS3, Adobe Illustrator CS3, dan Adobe Photoshop CS3.

Font isi menggunakan Myriad Pro (10 pt)

B5 (17,6 × 25) cm

vi + 115 halaman

© Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang menyebarluaskan dalam bentuk apapun
tanpa izin tertulis

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta Pasal 72 Ketentuan Pidana Sanksi Pelanggaran.

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Kata Pengantar

Kurikulum 2013 edisi revisi ini merupakan proses perbaikan dari kurikulum 2013 yang ada. Tujuan penerapan kurikulum 2013 tetap sama, yakni dengan mengedepankan serta memperkuat kompetensi siswa dari sikap, pengetahuan, dan keterampilan secara utuh. Dalam perumusannya, buku ini mencakup kompetensi dasar kelompok sikap, kelompok pengetahuan, dan kelompok ketrampilan. Di dalam kurikulum 2013 edisi revisi ini dilakukan berdasarkan masukan dari publik, para ahli, dan para pegiat serta pemerhati pendidikan, sehingga ada perbaikan pada Kompetensi Inti (KI) dan Kompetensi Dasar (KD) baik format maupun isinya. Buku kurikulum 2013 yang sudah ada, tidak ada kesalahan dalam kontennya, hanya ada perubahan dalam urutan penyajiannya saja.

Buku ini merupakan acuan bagi siswa, untuk dapat melakukan usaha minimal untuk mencapai kompetensi yang diharuskan. Sesuai dengan tujuan kurikulum 2013, siswa diminta untuk lebih aktif belajar dengan mencari sumber belajar yang lain dan tersedia secara luas di lingkungan sekitarnya. Peran guru sangat penting sebagai narasumber utama untuk meningkatkan dan menyesuaikan daya serap siswa dengan ketersediaan buku yang ada. Guru dapat meningkatkan kemampuan siswa dengan memberikan kegiatan yang kreatif, sesuai, dan relevan yang bersumber dari lingkungan sosial dan alam.

Salah satu pendekatan yang dapat mengakomodir ketercapaian tujuan kurikulum 2013 adalah pembelajaran dengan pendekatan *Science, Technology, Engineering, and Mathematics* atau disingkat dengan STEM. STEM merupakan suatu pendekatan pembelajaran dengan mengintegrasikan kegiatan pembelajaran dengan fokus pada proses pemecahan masalah dalam kehidupan nyata. Dengan pendekatan STEM ini, diharapkan anak didik dapat memiliki kemampuan menghadapi tantangan di abad 21 serta memiliki keterampilan untuk berpikir kritis, kreatif, mampu memecahkan masalah, dan mengambil keputusan dengan kerja sama dan komunikasi yang baik. Pengimplementasian pendekatan STEM sesuai dengan model yang terdapat di kurikulum 2013 yaitu model pembelajaran proyek (*Project Based Learning*).

Buku ini sangat terbuka dan terus dilakukan perbaikan dan penyempurnaan. Dalam penulisannya buku ini membutuhkan kritik dan saran dari berbagai pihak, sehingga dalam penggunaan buku ini diharapkan dapat memberi manfaat khususnya bagi siswa dan guru serta masyarakat secara umum. Dengan adanya keterlibatan publik, masyarakat umum dapat mengetahui dan berkomunikasi secara langsung dengan penulis. Oleh karena itu, diharapkan keterlibatan publik akan menjadikan kontrol atas kualitas buku yang ditulis.

Atas kontribusinya, kami ucapkan terima kasih. Mudah-mudahan buku ini memberikan manfaat dan kontribusi bagi kemajuan pendidikan, mencetak generasi yang unggul secara mental, spiritual, pengetahuan, dan keterampilan, serta menjadikan generasi yang unggul dan bertanggung jawab terhadap masa depan dan kemajuan negara.

Februari, 2019

Penyusun

Daftar Isi

Bab 1	Penerapan Komunikasi Bisnis	1
	A. Pengertian dan Tujuan Komunikasi Bisnis	3
	B. Bentuk Dasar Komunikasi Bisnis.....	4
	C. Unsur-unsur dan Proses Komunikasi Bisnis.....	5
	D. Jenis-jenis Komunikasi Bisnis.....	6
	E. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi	9
	F. Etika Berkomunikasi dalam Bisnis.....	10
	Uji Kompetensi	12
Bab 2	Penerapan Komunikasi Bisnis Dalam Bahasa Inggris	17
	A. Tujuan dan Manfaat Komunikasi dalam Bahasa Inggris	19
	B. Presentasi Bisnis dalam Bahasa Inggris.....	19
	C. Negosiasi Bisnis dalam Bahasa Inggris.....	21
	D. Menulis Surat Niaga dalam Bahasa Inggris.....	22
	E. Interview Kerja dalam Bahasa Inggris.....	24
	Uji Kompetensi	27
Bab 3	Menganalisis Presentasi Bisnis	31
	A. Pengertian dan Tujuan Presentasi Bisnis	33
	B. Merencanakan Presentasi Bisnis.....	33
	C. Teknik Presentasi	34
	D. Visual Aid.....	35
	Uji Kompetensi	37
Bab 4	Menganalisis Produk Dan Pelayanan	41
	A. Pengetahuan Produk.....	43
	B. Spesifikasi Produk.....	43
	C. Dimensi Kualitas Produk dan Pelayanan.....	44
	D. Rekomendasi Produk.....	46
	Uji Kompetensi	48
Bab 5	Penerapan Negosiasi Bisnis.....	53
	A. Pengertian, Tujuan, dan Manfaat Negosiasi Bisnis.....	55
	B. Ciri-Ciri, Syarat, dan Faktor Penghambat Negosiasi.....	55
	C. Strategi Negosiasi.....	56
	D. Proses Negosiasi	56
	E. Teknik dan Taktik Negosiasi.....	57
	Uji Kompetensi	59
Bab 6	Analisis Hubungan Pelanggan	63
	A. Identifikasi Pelanggan	65
	B. Komunikasi Nonverbal.....	66

C. Manajemen Hubungan Pelanggan	68
Uji Kompetensi	71
Bab 7 Prosedur Penulisan Surat Niaga Dalam Bisnis	75
A. Pengertian Surat Niaga	77
B. Macam-macam Surat Niaga	77
C. Prosedur Penulisan Surat Niaga	82
D. Membuat Surat Niaga dengan Baik.....	83
Uji Kompetensi	87
Bab 8 Penerapan Prosedur Rapat.....	93
A. Pengertian dan Fungsi Rapat.....	95
B. Jenis-jenis dan Syarat-syarat Rapat.....	95
C. Perencanaan Rapat	97
D. Persiapan Rapat	97
E. Penyelenggaraan Rapat.....	98
Uji Kompetensi	99
Bab 9 Penerapan Interview Bisnis	103
A. Pengertian dan Tujuan Interview	105
B. Prosedur Interview.....	106
C. Teknik Interview.....	107
D. Hal-Hal yang Harus Diperhatikan dan Dihindari Saat Interview	108
Uji Kompetensi	110
Daftar Pustaka	114
Biodata Penulis	115

Daftar Gambar

Bab 1	Penerapan Komunikasi Bisnis	1
	Gambar 1.1 Proses Komunikasi.....	6
Bab 2	Penerapan Komunikasi Bisnis Dalam Bahasa Inggris	17
	Gambar 2.1 Dialog Negosiasi	22
Bab 3	Menganalisis Presentasi Bisnis	31
	Gambar 3.1 Contoh Visual Aid.....	36
Bab 7	Prosedur Penulisan Surat Niaga Dalam Bisnis	75
	Gambar 7.1 Daftar Harga	78
	Gambar 7.2 Brosur	78
	Gambar 7.3 Leaflet.....	79
	Gambar 7.4 Booklet.....	79
	Gambar 7.5 Katalog.....	79
Bab 9	Penerapan Interview Bisnis	103
	Gambar 9.1 Proses Interview	106

BAB

1

Penerapan Komunikasi Bisnis

Kompetensi Dasar

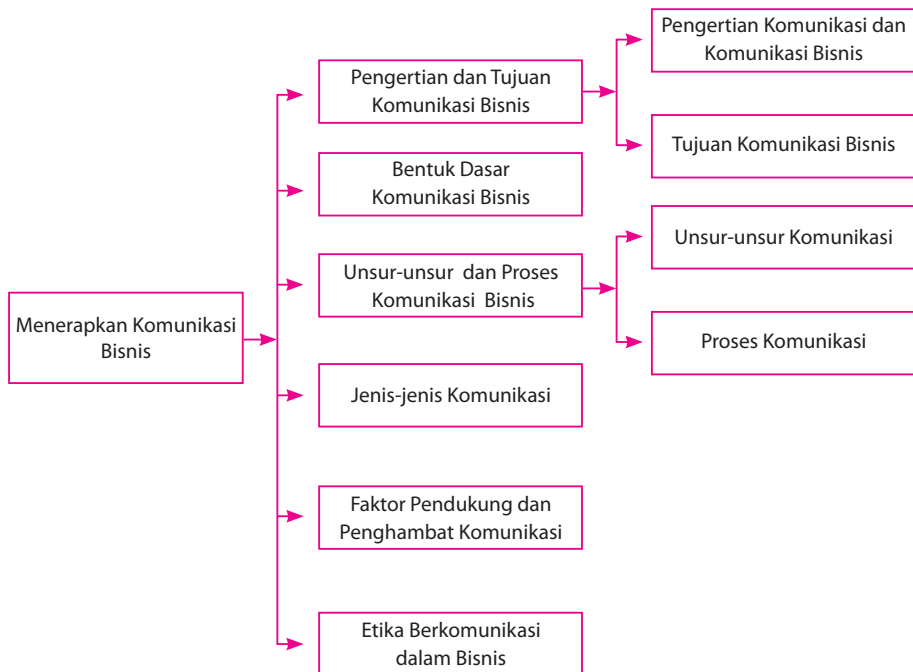
- 3.1 Menerapkan komunikasi bisnis.
- 4.1 Melakukan komunikasi bisnis.

Tujuan Pembelajaran

Dengan mempelajari bab ini, siswa diharapkan dapat:

1. Memahami definisi, tujuan, fungsi komunikasi, dan komunikasi bisnis.
2. Menjelaskan unsur dan proses komunikasi.
3. Menyebutkan jenis-jenis komunikasi.
4. Menjelaskan etika berkomunikasi dalam bisnis.

Peta Konsep



A. Pengertian dan Tujuan Komunikasi Bisnis

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Latin “communicate” yang berarti memberitahukan. Istilah ini berkembang ke dalam bahasa Inggris menjadi “communication” yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, atau perasaan antara dua orang atau lebih. Definisi komunikasi menurut bahasa Indonesia adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami oleh lawan bicara. Di bawah ini terdapat beberapa pengertian dari komunikasi:

1. Sutrisna Dewi (2007:3) dalam bukunya Komunikasi Bisnis mengemukakan bahwa komunikasi merupakan kegiatan pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara dinamis.
2. Andri dan Endang (2015:14) dalam bukunya Komunikasi Bisnis, Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain.
3. Soeganda (2008:13) dalam bukunya Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis mengemukakan bahwa komunikasi adalah sebuah transmisi saling pengertian antara peserta komunikasi (komunikator dan komunikan) melalui kata-kata dan simbol-simbol yang memiliki arti.

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses kegiatan pemindahan atau penyampaian pesan atau informasi yang mengandung arti dan makna dari suatu pihak kepada pihak lainnya dalam usaha untuk saling pengertian.

2. Pengertian Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis merupakan bagian yang sangat penting untuk kita dapat mengomunikasikan bisnis yang kita buat untuk lebih bisa dipahami atau diterima oleh masyarakat. Untuk itu, agar lebih memahami apa itu komunikasi bisnis, berikut pendapat dari beberapa ahli tentang komunikasi bisnis:

1. Soeganda (2008:25) mengemukakan bahwa komunikasi bisnis adalah komunikasi yang dilakukan antarmanusia, manusia dengan institusi dan institusi dengan institusi, yang berkaitan dengan pertukaran barang/jasa untuk memperoleh profit.
2. Sutrisna Dewi (2007:25) menyebutkan bahwa komunikasi yang terjadi diperusahaan yang berupa komunikasi internal, komunikasi eksternal, bersifat formal maupun informal, dan dapat berbentuk verbal maupun nonverbal.
3. Andri Feriyanto (2015:15) komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, mencakup berbagai bentuk komunikasi baik komunikasi verbal dan nonverbal.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai bentuk komunikasi dengan tujuan untuk memperoleh profit.

3. Tujuan Komunikasi Bisnis

Secara umum komunikasi bisnis memiliki 3 tujuan, yaitu memberi informasi, persuasi, dan melakukan kolaborasi dengan audiens.

- a. Memberi Informasi (*Informing*)
Tujuan pertama dalam komunikasi bisnis adalah memberikan informasi tentang perusahaan kepada konsumen, baik itu berupa informasi tentang profil, produk, maupun kegiatan yang dilakukan perusahaan.
- b. Melakukan Persuasi (*Persuading*)
Kegiatan persuasi adalah kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi dan meyakinkan orang lain. Dengan persuasi, perusahaan mengharapkan konsumen dapat dipengaruhi untuk percaya dan memberikan harapan yang baik terhadap produk maupun pelayanan yang dimiliki perusahaan.
- c. Melakukan Kolaborasi (*Collaborating*)
Komunikasi bisnis yang terakhir ini bertujuan untuk melakukan kolaborasi atau kerja sama dengan konsumen atau relasi perusahaan. Dengan terjalinnya kerjasama yang baik, diharapkan ke depannya dapat terjalin hubungan yang baik dalam jangka waktu yang panjang.

B. Bentuk Dasar Komunikasi Bisnis

Pada dasarnya ada dua bentuk komunikasi yang umum digunakan dalam dunia bisnis, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

1) Komunikasi Verbal (*Verbal Communication*)

Merupakan salah satu bentuk komunikasi kepada pihak lain melalui tulisan (*written*) dan lisan (*oral*). Contohnya: membaca majalah atau surat kabar, mempresentasikan makalah suatu acara seminar, dan lain-lain. Komunikasi verbal memiliki tipe yang dibedakan menjadi dua, yaitu berdasarkan aktif atau pasifnya peserta komunikasi dalam proses komunikasi. Dalam berkomunikasi secara verbal dibutuhkan pengungkapan kata-kata yang disusun dalam suatu pola yang berarti, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan, seperti:

- a) Berbicara dan menulis.
- b) Mendengarkan dan membaca.

2) Komunikasi Nonverbal (*Nonverbal Communication*)

Komunikasi nonverbal merupakan bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis. Pada umumnya, komunikasi nonverbal memiliki sifat kurang terstruktur sehingga sulit untuk dipelajari, seperti memahami penggunaan bahasa isyarat, ekspresi wajah, gerakan tubuh, sandi, simbol-simbol, warna, dan intonasi suara. Dalam penyampaiannya, komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal memiliki arti yang berbeda-beda. Pesan yang disampaikan biasanya dilakukan secara spontan tanpa memiliki rencana dan dilakukan secara tidak sadar dan bersifat alami. Komunikasi nonverbal memiliki beberapa tujuan, yaitu:

- a) Menyediakan dan memberikan informasi.
- b) Mengatur alur suatu percakapan.
- c) Mengekspresikan emosi.
- d) Memberi dan melengkapi sifat, menentang atau mengembangkan pesan-pesan verbal.
- e) Mengendalikan atau memengaruhi orang lain.
- f) Mempermudah tugas-tugas khusus.

1. Unsur-unsur Komunikasi

Untuk menjalin komunikasi, maka kita membutuhkan unsur-unsur di dalam berkomunikasi. Unsur-unsur tersebut adalah:

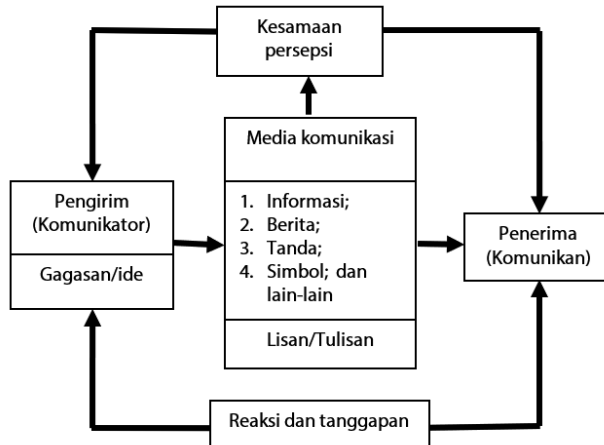
- 1) **Komunikator (*Communicator*)**
Komunikator diartikan sebagai orang yang menyampaikan pesan, ide, gagasan, atau informasi kepada komunikan. Komunikator dapat berdiri sendiri sebagai individu atau bersama-sama sebagai kelompok. Komunikator sering juga disebut sebagai asal atau sumber berita/pengertian yang dikomunikasikan.
- 2) **Komunikan (*Receptor*)**
Komunikan adalah orang yang menerima pesan atau informasi dari pemberi pesan. Komunikan juga dapat berdiri sendiri sebagai individu atau sebagai kelompok.
- 3) **Pesan (*Message*)**
Pesan adalah ide atau gagasan yang akan disampaikan kepada komunikan. Pesan adalah berita yang mengandung arti atau inti sari berita dari komunikator yang disampaikan dalam bentuk lambang-lambang. Lambang-lambang itu dapat berupa warna, suara, sinar, gambar, bahasa sandi, tulisan, dan sebagainya. Pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan hendaknya yang mudah dipahami oleh komunikan.
- 4) **Media atau Saluran**
Media adalah saluran tempat berlakunya lambang-lambang atau berlalunya lambang-lambang.
- 5) **Tanggapan/Respons**
Tanggapan atau respons adalah umpan balik dari pihak komunikan setelah menerima pesan atau berita kepada komunikator. Pesan atau berita itu oleh pihak komunikan dipahami atau ditafsirkan sebagai dasar untuk mengambil tindakan tertentu. Tanggapan dari komunikan bisa bermacam-macam bentuknya, antara lain:
 - a. Positif. Bila tanggapan yang diterima komunikator dari komunikan dapat dimengerti dan hasilnya saling pengertian.
 - b. Negatif. Bila pesan yang disampaikan komunikan kepada komunikator tidak mendukung.
 - c. Netral. Bila pesan yang disampaikan komunikan kepada komunikator tidak relevan bagi komunikator.
 - d. Nol. Tidak ada tanggapan, bila pesan yang diterima komunikator dari komunikan tidak dapat dimengerti.
- 6) **Gangguan (*Noise*)**
Gangguan atau hambatan yang terjadi saat proses berkomunikasi.

2. Proses Komunikasi

Selain unsur komunikasi di atas, dalam berkomunikasi perlu memperhatikan beberapa hal, antara lain:

- a. **Siapa (*who*)**
Kemampuan seseorang berkomunikasi akan menentukan sejauh mana keberhasilan proses komunikasi.

- b. Menyatakan apa (*says what*)
Ada tingkat kesulitan yang berbeda dalam menyampaikan dan menangkap isi pesan.
- c. Melalui media yang mana (*in which channel*)
Pesan yang disampaikan akan memengaruhi pemilihan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau berita.
- d. Kepada siapa (*to whom*)
Siapa yang menjadi sasaran atau kepada siapa pesan akan dikirim.
- e. Apa pengaruhnya (*with what effect*)
Suatu pesan atau informasi akan menimbulkan efek atau pengaruh tertentu yang terjadi setelah pesan atau informasi disampaikan.



Gambar 1.1
Proses komunikasi

D. Jenis-jenis Komunikasi Bisnis

Ditinjau dari berbagai sudut pandang, komunikasi dapat dibedakan menjadi 7 jenis, yaitu:

1. Komunikasi Menurut Lawan Komunikasi

Komunikasi menurut lawan komunikasi, dibedakan menjadi:

- a. Komunikasi Pribadi, yaitu komunikasi satu lawan satu di mana orang lain tidak boleh mengetahui pembicaraan tersebut karena bersifat rahasia. Contohnya: psikolog berkomunikasi dengan pasiennya.
- b. Komunikasi Umum
 - 1) Komunikasi satu lawan banyak, yaitu komunikasi yang dilakukan seorang komunikator dengan sekelompok komunikan untuk menyampaikan informasi, kebijaksanaan, atau pemecahan masalah yang lainnya. Misalnya: rapat, seminar, dan lain-lain.
 - 2) Komunikasi banyak lawan satu, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh sekelompok komunikator dengan satu komunikan. Misalnya: acara sidang pengadilan, demonstran dengan institusi, dan lain-lain.
 - 3) Komunikasi banyak lawan banyak, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh sekelompok komunikator dengan sekelompok komunikan. Misalnya: seminar, diskusi, dan lain-lain.

2. **Komunikasi Menurut Jumlah yang Berkomunikasi**

Komunikasi menurut jumlah orang yang berkomunikasi, dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Komunikasi perseorangan/komunikasi pribadi, yaitu komunikasi yang terjadi satu lawan satu dan bersifat pribadi. Informasi yang disampaikan bisa bersifat rahasia bisa juga tidak. Contoh: Seorang pelajar yang sedang ujian lisan, biasanya dilakukan satu siswa dan satu penguji.
- b. Komunikasi kelompok, yaitu komunikasi yang terjadi dalam satu kelompok atau grup yang bersifat lebih terbuka dalam membicarakan masalah-masalah yang menyangkut kepentingan orang banyak.

3. **Komunikasi Menurut Cara Penyampiannya**

Komunikasi menurut cara penyampiannya, dibedakan menjadi:

- a. Komunikasi lisan
 - (1) Komunikasi lisan secara langsung, yaitu komunikasi yang dilakukan secara langsung dan tidak dibatasi oleh jarak. Misalnya: rapat, wawancara, dan seminar.
 - (2) Komunikasi lisan secara tidak langsung, yaitu komunikasi yang dibatasi oleh jarak. Komunikator dan komunikan tidak bertatap muka langsung dalam memberikan dan menerima informasi secara lisan tetapi dengan menggunakan media. Misalnya: televisi, telepon, radio, dan lain-lain.
- b. Komunikasi tulis, dalam bentuk surat, gambar, lukisan, bagan, peta, atau diagram.

4. **Komunikasi Menurut Maksudnya**

Komunikasi dilakukan karena orang ingin menyampaikan pesan dengan maksud tertentu kepada lawan bicaranya. Jenis komunikasi ini dapat berupa:

- a. Memberi perintah, misalnya komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan sebagai komunikator yang memberi perintah kepada komunikan sebagai bawahannya mengenai tugas-tugas yang dijalankan.
- b. Memberi nasehat, misalnya komunikasi yang dilakukan seorang guru yang memberi nasihat kepada siswa.
- c. Berpidato, suatu media komunikasi untuk mengungkapkan pikiran dalam bentuk kata-kata yang ditujukan kepada banyak orang.
- d. Memberikan ceramah, komunikasi yang diberikan oleh seorang komunikator dihadapan banyak pendengar untuk membicarakan suatu hal berupa pengetahuan yang akan diberikan kepada komunikan.
- e. Rapat, media komunikasi kelompok yang bersifat tatap muka, sering diselenggarakan oleh organisasi baik pemerintah maupun swasta.
- f. Perundingan, suatu media komunikasi yang diadakan karena beberapa orang atau organisasi yang mempunyai kepentingan bersama, yang apabila tidak dilakukan akan terjadi perselisihan.
- g. Pertemuan, jenis media komunikasi audio visual dalam komunikasi kelompok yang bersifat langsung.
- h. Wawancara, jenis media komunikasi audio visual dimana komunikasi berlangsung dengan tatap muka dua arah.

5. **Komunikasi Menurut Kelangsungan**

Komunikasi menurut kelangsungan, dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Komunikasi langsung adalah komunikasi yang tidak dibatasi oleh jarak dan tanpa bantuan perantara atau media komunikasi, misalnya berbicara tatap muka.

- b. Komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang dibatasi oleh jarak. Oleh karena itu, dibutuhkan media komunikasi.

6. **Komunikasi Menurut Ruang Lingkup Organisasi**

Komunikasi menurut ruang lingkup organisasinya, dibedakan menjadi:

- a. Komunikasi internal, yaitu komunikasi yang terjadi dalam lingkungan organisasi. Komunikasi internal dibedakan menjadi:
 - (1) Komunikasi vertikal, yaitu komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan.
 - (2) Komunikasi horizontal, yaitu komunikasi langsung antara pegawai yang mempunyai tugas dan wewenang yang sama dan sederajat.
 - (3) Komunikasi diagonal, yaitu komunikasi yang terjadi antara pegawai pada tingkat, kedudukan, tugas dan fungsi berbeda, serta tidak mempunyai wewenang secara langsung terhadap pihak lain.
- b. Komunikasi eksternal, yaitu komunikasi yang berlangsung antara organisasi dengan masyarakat yang ada di luar organisasi. Komunikasi ini dilakukan dengan menggunakan radio, televisi, atau media lain. Komunikasi eksternal mempunyai 2 fungsi:
 - (1) Fungsi ke luar, bertujuan menimbulkan kepercayaan dan mendapatkan dukungan dari masyarakat.
 - (2) Fungsi ke dalam, bertujuan untuk mengetahui sampai di mana dan tanggapan masyarakat tentang kegiatan yang dilakukan oleh organisasi.

7. **Komunikasi Menurut Perilaku**

Komunikasi menurut perilaku orang yang berkomunikasi dibedakan menjadi tiga, antara lain:

- a. Komunikasi formal, yaitu komunikasi yang terjadi dalam lingkungan organisasi secara resmi telah diatur dalam struktur organisasi. Ciri-ciri komunikasi formal:
 - (1) Informasi mempunyai sifat sangat resmi, tegas, dan jelas.
 - (2) Komunikasi dilakukan dalam waktu dan tempat tertentu secara resmi.
 - (3) Ada prosedur tertentu.
 - (4) Objek pembicaraannya tentang masalah organisasi atau masalah proses penyelenggaraan kerja.
 - (5) Media yang sering digunakan adalah surat.
 - (6) Komunikasi formal datangnya dari orang yang mempunyai wewenang dalam organisasi.
- b. Komunikasi nonformal, yaitu komunikasi yang terjadi pada pergaulan masyarakat sehari-hari diluar kantor atau lembaga resmi. Ciri-ciri komunikasi nonformal adalah:
 - (1) Waktu dan tempat tidak menentu.
 - (2) Tidak ada prosedur yang mengikat.
 - (3) Tidak ada hierarki tertentu.
 - (4) Objek pembicaraannya tidak menentu.
 - (5) Diwujudkan dalam bentuk tertulis atau lisan.
- c. Komunikasi informal, yaitu komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi tetapi tidak direncanakan dan tidak ditentukan dalam suatu organisasi.

8. **Komunikasi Menurut Arah Informasi**

Komunikasi menurut arah informasi, dibedakan menjadi:

- a. Komunikasi ke atas, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh bawahan kepada atasan untuk memperoleh informasi mengenai tugas yang akan dilakukan. Komunikasi

- ini dapat berupa laporan, pendapat, atau saran.
- b. Komunikasi ke bawah, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan kepada bawahannya atau dari manajemen puncak ke manajemen menengah kemudian ke manajemen bawah. Informasi yang diberikan dapat berupa petunjuk, teguran, atau pujian dalam menjalankan tugas.
 - c. Komunikasi horizontal, yaitu komunikasi yang berlangsung antara pegawai yang mempunyai tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang sama dan sederajat. Misalnya pembicaraan antara sesama pegawai.
 - d. Komunikasi diagonal, yaitu komunikasi yang berlangsung antara pegawai pada tingkat kedudukan, tugas dan fungsi berbeda, serta tidak mempunyai wewenang secara langsung kepada pihak lain. Misalnya pembicaraan antara kepala bagian kepegawaian dengan kepala bagian keuangan.
 - e. Komunikasi satu arah disebut juga komunikasi monologis, komunikasi yang hanya berlangsung satu arah yaitu dari komunikator sendiri yang tidak memberikan kesempatan kepada orang lain (komunikan) untuk berbicara atau menyampaikan reaksi.
 - f. Komunikasi dua arah disebut juga komunikasi dialogis, yaitu komunikasi yang berlangsung dari dua arah di mana komunikator memberikan informasi kepada komunikan.

E.

Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi

1. Faktor-faktor Pendukung Komunikasi

Ada beberapa faktor yang dapat memperlancar komunikasi, antara lain:

- a. Dari segi komunikator
 - (1) Kepandaian mengirim pesan.
 - (2) Sifat komunikator.
 - (3) Pengetahuan komunikator.
 - (4) Lahiriah komunikator yang menarik.
- b. Dari segi komunikan
 - (1) Kecakapan berkomunikasi komunikan.
 - (2) Sikap komunikan.
 - (3) Pengetahuan komunikan.
 - (4) Sistem sosial.
 - (5) Keadaan lahiriah komunikan.

2. Faktor-faktor Penghambat Komunikasi

- a. Kurang cakap.
- b. Sikap yang salah.
- c. Kurang pengetahuan.
- d. Kurang memahami sistem sosial.
- e. Adanya prasangka (*prejudice*).
- f. Kesalahan penggunaan bahasa.
- g. Jarak komunikator dengan penerima.
- h. Indra yang rusak.
- i. Berlebihan dalam berkomunikasi.
- j. Komunikasi satu arah.

1. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani, "Ethos" yang memiliki arti kebiasaan, akhlak, moral, watak, perasaan, sikap, dan perilaku. Dalam kamus bahasa Indonesia, etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan buruk serta tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Berdasarkan pengertian tersebut, etika adalah ilmu tentang apa yang bisa dilakukan yang merupakan kebiasaan untuk berperilaku di dalam suatu kelompok.

Perbedaan etika dan etiket adalah perlakuannya bersifat individu untuk etika, sedangkan etiket berlaku di pergaulan. Etiket merupakan tata krama atau sopan santun yang berlaku pada masyarakat tertentu, sedangkan etika adalah sikap untuk berlaku baik dan tidak oleh seseorang.

2. Pengertian Etika Komunikasi Bisnis

Etika bisnis merupakan kebiasaan, prinsip, atau cara pandang perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis yang menyangkut moral, hak dan kewajiban, prinsip, dan aturan yang diberlakukan pada jalannya suatu perusahaan. Hal ini diharapkan dapat membantu pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis dengan baik dan menjadikan perusahaan dengan citra yang baik di mata masyarakat.

Etika komunikasi bisnis merupakan kegiatan untuk berkomunikasi dengan baik sesuai dengan kode etik yang berlaku, baik itu di perusahaan maupun di masyarakat. Dengan komunikasi yang beretika, diharapkan terjalin suatu etika bisnis atau etika kerja yang kondusif dan nyaman. Sehingga akan terjalin kerja sama yang baik dengan karyawan, pelanggan, kreditur, pemegang usaha dan pesaing, maupun masyarakat secara luas.

3. Komponen Etika Komunikasi Bisnis

- a. Etika berkomunikasi sebagai komunikator dan komunikan, antara lain:
 - 1) *Good sense*, komunikator dalam menyampaikan pesan atau berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti, rasional, menyapa dengan baik, dan bersikap jujur.
 - 2) Otoritas, yaitu seorang penjual atau komunikator dapat bersikap profesional dalam melakukan kegiatan bisnis dengan memiliki keahlian tentang peraturan dan hukum yang berlaku. Hal yang dapat ditunjukkan berupa identitas diri, tanda pengenal, jabatan, atau surat tugas sehingga konsumen dapat percaya dan tidak curiga.
 - 3) *Good character*, yaitu bahwa seorang penjual atau komunikator harus berperilaku dan bersikap baik, ini akan tercermin dalam menyikapi dan melayani pelanggan. Dengan perilaku dan sikap yang baik, seorang komunikator akan menyampaikan segala informasi dan pengenalan produk dengan jujur, serta dapat memberikan pelayanan prima untuk tercapainya kepuasan pelanggan.
 - 4) *Good will*, merupakan niat baik. Melakukan bisnis dengan niat baik akan menjadikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan maupun seorang pemasar. Kesan baik yang diberikan akan menjadikan pelanggan yang akan loyal terhadap produk yang kita berikan. Hal ini dapat tercermin dari pelayanan dan sikap seorang penjual terhadap pembeli atau calon pelanggan.
 - 5) Dinamis, etika seorang penjual haruslah dinamis. Hal ini dapat kita lihat dengan cara menyikapi terhadap berbagai jenis pelanggan. Dengan membantu

pelanggan untuk pengambilan keputusan ataupun menanggapi keluhan pelanggan dengan sikap yang dinamis sehingga semua pelanggan akan memperoleh kepuasan dalam pelayanan.

- 6) Mendengar dan memahami, sebagai seorang komunikator dan komunikan harus memiliki kesadaran untuk saling mendengar dan memahami. Hal ini akan menjadikan suatu kesepakatan bisnis dapat dilakukan dengan cepat dan tidak terjadi kesalahpahaman dalam berkomunikasi bisnis.
 - 7) Sopan dan rendah hati, dalam melakukan penjualan serta pembelian dengan sopan dan rendah hati akan menjadikan suasana berbisnis yang baik. Melakukan bisnis beretika, menjadikan lingkungan bisnis yang bersih dan menyenangkan baik itu untuk lingkungan perusahaan maupun masyarakat atau pengguna akhir produk tersebut.
- b. Etika Kerja, merupakan etika yang bertujuan agar seorang karyawan memiliki integritas moral yang baik selain piawai, terampil, dan professional, yang merupakan tuntutan seorang pekerja profesional. Dengan etika kerja yang bermoral akan menjadikan budaya perusahaan yang baik dan memiliki nilai-nilai luhur.

Rangkuman

1. Komunikasi berasal dari bahasa latin "*communicare*" yang berarti memberitahukan. Budaya perusahaan merupakan sistem dan nilai-nilai budaya yang tumbuh akan mewujudkan perilaku perusahaan dan kunci sukses perusahaan dalam berinteraksi dengan publiknya. Ada beberapa pendapat mengenai pengertian komunikasi, tetapi secara umum dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses kegiatan pemindahan atau penyampaian berita atau informasi yang mengandung arti dan makna dari suatu pihak kepada pihak lain dalam usaha saling pengertian.
2. Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai bentuk komunikasi dengan tujuan untuk memperoleh profit.
3. Bentuk komunikasi bisnis dapat dilakukan secara verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal, yaitu komunikasi kepada pihak lain melalui tulisan dan lisan. Komunikasi nonverbal, yaitu bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis, seperti penggunaan bahasa isyarat, ekspresi, dan lain-lain.
4. Unsur-unsur komunikasi terdiri dari komunikator (*communicator*), komunikan (*receptor*), pesan (*message*), saluran (*media*), tanggapan (*response*), dan gangguan (*noise*).
5. Dalam komunikasi mengandung beberapa unsur, yaitu siapa (*who*), menyatakan apa (*say what*), melalui media yang mana (*in wich channel*), kepada siapa (*to whom*) dan apa pengaruhnya (*with what effect*).
6. Jenis-jenis komunikasi dapat dikelompokkan berdasarkan: komunikasi menurut lawan komunikasi, jumlah yang berkomunikasi, cara penyampaiannya, maksudnya, kelangsungan, dan menurut jaringan kerjanya.
7. Faktor-faktor pendukung komunikasi dapat dilihat dari segi komunikator, yaitu kepandaian mengirim pesan, sifat komunikator, pengetahuan, lahiriah komunikator. Sedangkan dari segi komunikan, yaitu kecakapan komunikan, sikap komunikan, pengetahuan komunikan, sistem sosial, dan lahiriah komunikan.

8. Faktor-faktor penghambat dalam komunikasi adalah kurang cakap, sikap yang salah, kurang pengetahuan, kurang memahami sistem sosial, berprasangka (*prejudice*), kesalahan penggunaan bahasa, jarak komunikator dengan komunikan, indra yang rusak dan terlalu berlebihan dalam berkomunikasi.
9. Etika bisnis merupakan kebiasaan, prinsip atau cara pandang perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis yang menyangkut moral, hak dan kewajiban, prinsip dan aturan yang diberlakukan pada jalannya suatu perusahaan.
10. Etika komunikasi bisnis merupakan kegiatan untuk berkomunikasi dengan baik sesuai dengan kode etik yang berlaku baik itu di perusahaan maupun di masyarakat.

Uji Kompetensi

A. Pilihlah jawaban yang paling benar!

Pilihlah satu jawaban yang benar dengan cara memberi tanda silang (X) pada huruf a, b, c, d, atau e.

1. Proses pengiriman berita dan penerimaan berita antara dua orang atau lebih dengan cara efektif sehingga pesan yang dimaksud dapat dimengerti disebut...
 - a. Komunikasi
 - b. Surat
 - c. Wawancara
 - d. Komunikator
 - e. Korespondensi
2. Di bawah ini yang tidak termasuk fungsi media komunikasi adalah...
 - a. Mempercepat informasi kepada komunikan
 - b. Mengkonkretkan isi pesan yang masih abstrak
 - c. Membangkitkan semangat komunikan
 - d. Membuat pemborosan keuangan
3. Orang yang menerima pesan atau informasi disebut...
 - a. Komunikator
 - b. Komunikan
 - c. Pembawa acara
 - d. *Presenter*
 - e. *Master of ceremony*
4. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan...
 - a. Isyarat
 - b. Bahasa
 - c. Lambang-lambang
 - d. Tulisan
 - e. Saluran
5. Komunikasi yang berlangsung dalam suatu organisasi disebut komunikasi...
 - a. Horizontal
 - b. Eksternal
 - c. Internal
 - d. Formal
 - e. Informal
6. Proses pengiriman berita dan penerimaan berita antara dua orang atau lebih dengan cara efektif sehingga pesan yang dimaksud dapat dimengerti disebut...
 - a. Komunikasi
 - b. Surat
 - c. Wawancara
 - d. Komunikator
 - e. Korespondensi

7. Dalam teknik komunikasi, pengulangan kata-kata dilakukan maksimal...
 - a. Dua kali
 - b. Tiga kali
 - c. Empat kali
 - d. Sepuluh kali
 - e. Berulang-ulang
8. Media yang berupa percakapan formal maupun informal dengan menggunakan media seperti telepon, pos, dan lain lain disebut...
 - a. Media massa
 - b. Mass media
 - c. Media impersonal
 - d. Media interpersonal
 - e. Media kontra personal
9. Berikut ini yang tidak termasuk dalam unsur-unsur komunikasi adalah...
 - a. Media komunikasi
 - b. Komunikator
 - c. Komunikan
 - d. Wawasan
 - e. *Message* atau pesan
10. Berikut ini yang tidak termasuk dalam asas komunikasi adalah...
 - a. Kemudahan dalam pengiriman informasi
 - b. Informasi mudah dimengerti
 - c. Kesamaan pengertian
 - d. Komunikan dan komunikator saling berhadapan
 - e. Bermanfaat dan menguntungkan
11. Etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu...
 - a. *Ethos*
 - b. *Etiquette*
 - c. *Etnis*
 - d. *Etnick*
 - e. *Ethis*
12. Seseorang harus memiliki sikap dan perilaku yang baik, merupakan pengertian dari...
 - a. Dinamis
 - b. *Good will*
 - c. *Good character*
 - d. *Good sense*
 - e. Santun
13. Seseorang harus memiliki niat yang baik dalam melakukan kegiatan bisnis, merupakan pengertian dari...
 - a. Dinamis
 - b. *Good will*
 - c. *Good character*
 - d. *Good sense*
 - e. Santun
14. Kata etiket berasal dari kata *etiquette* yang berasal dari bahasa...
 - a. Yunani
 - b. Prancis
 - c. Italia
 - d. Spanyol
 - e. Belanda

15. Sistem dan nilai-nilai budaya yang tumbuh akan mewujudkan perilaku perusahaan dan kunci sukses perusahaan dalam berinteraksi dengan publiknya, merupakan pengertian dari...
- Komunikasi
 - Etika
 - Etika bisnis
 - Budaya perusahaan
 - kebudayaan

B. Soal Jawaban Singkat

Lengkapi pernyataan di bawah ini dengan jawaban yang tepat dan benar!

- Bentuk dasar komunikasi ada 2 yaitu.....dan.....
- Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu.....
-merupakan umpan balik komunikasi terhadap pesan yang diberikan oleh komunikator.
- Komunikasi yang dilakukan antara perusahaan dengan masyarakat luas adalah komunikasi.....
- Tujuan pertama dalam komunikasi bisnis adalah.....yang berkaitan dengan dunia bisnis kepada pihak lain.

C. Soal Uraian

- Komunikasi dapat berjalan dengan efektif dan komunikatif apabila memenuhi syarat-syarat apa saja?
- Komunikasi dapat berjalan efektif, lebih baik menggunakan komunikasi verbal atau nonverbal? Jelaskan alasannya.
- Sebutkan dan jelaskan 3 hambatan dalam berkomunikasi!
- Sebutkan perbedaan komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal!
- Jelaskan perbedaan etika dan etiket.

Lembar Kerja Siswa Komunikasi Bisnis

Bahan Kajian:

Menerapkan Komunikasi Bisnis

Nama:

Kelas:

Indikator Pembelajaran:

Menjelaskan tentang mengidentifikasi hambatan dalam komunikasi bisnis.

Petunjuk Pengerjaan:

1. Amatilah video satu yang ditayangkan oleh guru!
2. Pada video tersebut terjadi kegiatan komunikasi bisnis. Namun pada pelaksanaannya muncul suatu hambatan, di mana pada proses komunikasi tersebut terjadi perbedaan bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, pihak penjual dengan pihak pembeli mengalami kesulitan dalam berkomunikasi.
3. Carilah pemecahan permasalahan di atas, agar komunikasi tetap berjalan dan bisa dipahami kedua belah pihak.

Buatlah hasil pemecahan masalah tersebut pada lembar berikut ini:

.....

.....

.....

.....