



**POLITEKNIK PERTANIAN
NEGERI PAYAKUMBUH**

**BAHAN AJAR
KOMUNIKASI BISNIS**



BAHAN AJAR KOMUNIKASI BISNIS

OLEH

INDRIA UKRITA, SP, M.Sc

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN BISNIS PERTANIAN
POLITEKNIK PERTANIAN NEGERI PAYAKUMBUH
TAHUN 2025**



**POLITEKNIK PERTANIAN
NEGERI PAYAKUMBUH**

**BAHAN AJAR
KOMUNIKASI BISNIS**



HALAMAN PENGESAHAN

BAHAN AJAR KOMUNIKASI BISNIS

Tanjung Pati, November 2025



Diperiksa oleh :
Ketua Jurusan

Hidayat Rafliis, SP, M.Si
NIP. 197912022005011001

Diperiksa oleh :
Koordinator Program Studi

Dr. Iis Ismawati, S.Hut M.Si
NIP. 197604082008122001

Penanggungjawab
Mata Kuliah

Riva Hendriani, SP, M.Si
NIP. 198605042010122006



KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis ucapkan atas kehadiran Allah Subhana Wa'taalla, yang telah memberikan atas segala Rahmat dan Karunia-NYA sehingga Penulis dapat menyelesaikan Bahan Ajar Komunikasi Bisnis ini dengan baik. Bahan Ajar ini merupakan buku panduan dan referensi bagi mahasiswa dan staf pengajar dalam melakukan kegiatan pengajaran pada matakuliah yang telah menyesuaikan dengan rencana pembelajaran semester di Institusi Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, khususnya pada program studi agribisnis. Secara garis besar, bahan ajar ini pembahasannya mulai dari Dasar-dasar komunikasi bisnis, komunikasi dalam bisnis, korespondensi dalam bisnis, komunikasi tulisan dalam bisnis, komunikasi lisan dalam bisnis, dan manajemen rapat (*meeting*). Bahan ajar ini disusun secara sistimatis, ditulis dengan Bahasa yang jelas dan mudah di pahami dan dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran.

Pada kesempatan ini tidak lupa kami ucapkan terima kasih bagi semua pihak yang telah membantu dalam penulis buku ini. Bahan Ajar Komunikasi Bisnis. Penulis menyadari bahwa bahan ajar ini masih terdapat kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat Penulis harapkan dan semoga bahan ajar ini bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi para pembaca.

Tanjung Pati, September 2025

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
Pertemuan I : Dasar-dasar Komunikasi Bisnis	1
Pertemuan II : Komunikasi dalam Bisnis	20
Pertemuan III : Korespondensi dalam Bisnis	30
Pertemuan IV : Komunikasi Lisan dalam Bisnis	42
Pertemuan V : Manajemen Rapat (Meeting)	45



**POLITEKNIK PERTANIAN
NEGERI PAYAKUMBUH**

**BAHAN AJAR
KOMUNIKASI BISNIS**



PERTEMUAN I ; DASAR-DASAR KOMUNIKASI BISNIS



TOPIK 1 :

DASAR-DASAR KOMUNIKASIBISNIS



Capaian Pembelajaran (CPL)

- Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian komunikasi, komunikasi bisnis, unsur-unsur komunikasi, proses komunikasi
- Mahasiswa mampu menjelaskan tujuan komunikasi, manfaat komunikasi
- Mahasiswa mampu menjelaskan jenis-jenis komunikasi



Capaian Pembelajaran (CPL)

- Mahasiswa mampu melakukan komunikasi yang baik dan efektif
- Mahasiswa mampu menjelaskan hambatan/noise di dalam berkomunikasi

PENGERTIAN KOMUNIKASI

Suatu proses penyampaian pesan dari suatu pihak ke pihak lain dengan menggunakan suatu sarana untuk mendapatkan saling pengertian antara kedua belah pihak.





Ruang Lingkup Komunikasi

Menurut Chris Fill (1995), ruang lingkup berupa delapan pertanyaan yaitu :

1. Siapa yang menerima pesan
2. Pesan yang berperan sebagai informasi
3. Nilai Perusahaan atau produk yang dipertahankan
4. Pengeluaran dalam pembuatan produk baru
5. Cara pesan ketika disampaikan
6. Tindakan menerima yang diinginkan
7. Kontrol terhadap proses
8. Pencapaian ketetapan



Unsur-unsur Komunikasi

- Sumber ; dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan
- Komunikator ; individu yang berbicara
- Message ; lambang atau symbol yang mempunyai makna
- Chanel ; media
- Komunikan ; penerima pesan
- Feedback ; umpan balik





Proses Komunikasi

- Komunikator
- Message
- Chanel
- Komunikan
- Respon



Komunikator (Pengirim Pesan)

Adalah : Pihak yang mengirimkan pesan kepada penerima atau komunikan. Komunikator sering disebut *source*, sumber, atau pengirim.





Komunikan (Penerima Pesan)

Adalah : pihak yang menerima pesan atau informasi dari komunikator. Komunikan sering juga disebut pendengar, penerima, pembaca, pemirsa, khalayak.

Komunikasi Interpersonal (antar pribadi)

Adalah : Komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal.





Komunikasi Intrapersonal (Komunikasi dengan diri sendiri)

Adalah : komunikasi dengan diri sendiri.
Komunikasi intrapersonal melibatkan
pemikiran internal dan refleksi diri.





Pengertian Komunikasi Bisnis

Proses pertukaran informasi, ide atau pesan dalam konteks dunia usaha untuk mencapai tujuan tertentu baik internal maupun eksternal prsh.



Tujuan Komunikasi Bisnis

1. **Informatif.** Adanya informasi yang diberikan kepada komunikan agar pesan dan tujuan komunikasi bisnis itu dapat tercapai
2. **Persuasif.** Adanya komunikator yang dapat mengendalikan tanggapan komunikan agar informasi dapat memberikan sugesti, sehingga komunikan mau mendengarkan dan memberikan tanggapan positif kepada komunikator mengenai pesan yang disampaikan.
3. **Kolaboratif.** Adanya kerjasama yang terjalin antara perusahaan dengan komunikan.





Manfaat Komunikasi Bisnis

1. Keputusan dapat diambil sesuai target
2. Menyelesaikan masalah dengan cepat
3. Mendeteksi cepat hal-hal yang berpotensi salah
4. Meningkatkan produktivitas kerja

Manfaat Komunikasi Bisnis

5. Memperkuat hubungan bisnis.
6. Memudahkan persuasi pesan pemasaran.
7. Memperbaiki citra perusahaan dan karyawan.
8. Membangun loyalitas dan kepuasan kerja karyawan.
9. Meningkatkan kepercayaan investor.



Jenis-jenis Komunikasi Bisnis

- Komunikasi Verbal
- Komunikasi Non Verbal

KOMUNIKASI VERBAL

Komunikasi berbentuk lisan maupun tulisan, dengan menggunakan kata-kata untuk menyatakan pesan/ide.

seperti penggunaan kata-kata/istilah dalam berkomunikasi





CONTOH-CONTOH KOMUNIKASI VERBAL

- Melakukan *chatting* dengan media sosial
- Pidato
- Rapat dan diskusi
- Berinteraksi tertulis melalui media sosial
- Guru yang mengajar di kelas
- Membaca novel
- Menulis surat



KOMUNIKASI NON VERBAL

Komunikasi yang umumnya menggunakan bahasa tubuh untuk menyampaikan pesan/ide.

seperti gerakan tangan, raut wajah,
gelengan kepala, tanda, tindakan





Kategori komunikasi bisnis

1. Komunikasi Internal ; terjadi di dalam organisasi, misalnya antara manajer dan karyawan
2. Komunikasi Eksternal ; terjadi antara organisasi dengan pihak di luar Perusahaan.



Hambatan/ Gangguan Komunikasi (noise)

Artinya ; suatu gangguan yang dapat menghalangi penerima di dalam menerima pesan atau menghalangi asal waktu mengirim suatu pesan pada penerima pesan





Hambatan (NOISE) dalam Komunikasi

EKSTERNAL

- Rangsangan dari lingkungan yang menarik perhatian lebih besar dari komunikasi yg sedang berlangsung

INTERNAL

- Pikiran dan perasaan yang bersaing untuk mendapat perhatian dan mengganggu proses komunikasi

SEMANTIK

- Semantik : pengetahuan mengenai pengertian kata-kata
- Makna kata atau lambang tertentu

Sumber: Budyatna, 2011



Hambatan dalam Komunikasi (2)

1. Sumber hambatan bersifat emosional dan sosial atau kultural
2. Sadar/tidak memberikan penilaian dan menghakimi pembicara
3. Gagal menangkap maksud konotatif suatu perkataan
4. Kesalahpahaman atau distorsi karena tidak saling mempercayai





Komunikasi efektif

Adalah : Proses penyampaian dan penerimaan pesan yang berhasil, Dimana komunikator dan komunikan memiliki pemahaman yang sama dan tidak terjadi kesalahpahaman, sehingga pesan diterima dengan jelas, akurat dan lengkap.



Karakteristik Komunikasi Efektif

1. Pesan yang jelas
2. Pendengaran aktif
3. Empati ; kemauan untuk memahami sudut pandang dan perasaan orang lain, menciptakan hubungan yang lebih baik
4. Bahasa yang sesuai
5. Dialog dua arah ; interaktif dan responsif
6. Manajemen emosi ; mampu mengendalikan emosi diri sendiri untuk berpikir jernih dan menjaga kelancaran komunikasi.





Tips membangun komunikasi efisien dan efektif

- Mendengarkan Lawan Bicara
- Mengajukan Pertanyaan
- Memberikan Informasi dengan Jelas
- Mengkombinasikan **Komunikasi Verbal dan Nonverbal**
- Membangun Kepercayaan.
- Mencegah dan Mengatasi Masalah.
- Mendapat Pengarahan.
- Meningkatkan Kekompakan



Manfaat komunikasi efektif

1. Mengurangi kesalahpahaman ; meminimalisir potensi konflik karena pesan diterima dengan pemahaman yang sama
2. Meningkatkan produktivitas ; mempercepat penyelesaian masalah dan pengambilan Keputusan sehingga meningkatkan efisiensi kerja
3. Membangun hubungan kuat ; memelihara hubungan yang baik dan kepercayaan antar individu atau tim
4. Meningkatkan citra profesional ; menciptakan citra yang baik dan profesional





Tugas Kuliah (INDIVIDU)

- Tugas dibuat dengan tulisan tangan, menggunakan kertas double folio di kumpulkan 2 hari setelah kegiatan kuliah.
- Buat resume tentang topik :
 - a. Dasar-dasar Komunikasi (pengertian, prinsip dasar, tujuan, proses komunikasi, konteks komunikasi, dstnya)
 - b. Komunikasi Bisnis (pengertian, tujuan, fungsi, unsur-unsur, bentuk, dstnya)
- Referensi minimal dari 3 sumber (untuk cetak minimal tahun 2020 dstnya)



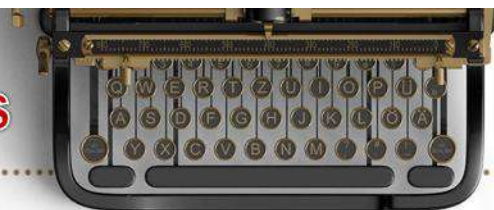


TOPIK 2 :

KOMUNIKASI DALAM BISNIS



Komunikasi Dalam Bisnis



1. Fungsi komunikasi dalam bisnis
2. Saluran komunikasi dalam organisasi
3. Komunikasi dalam bisnis
4. Etika dalam komunikasi bisnis



SALURAN KOMUNIKASI



Saluran Komunikasi : *Communication Channels*

Communication Channels adalah : Berbagai sumber yang digunakan oleh pemasar untuk mengirim pesan kepada target.

Contoh : Surat kabar, majalah, televisi, poster, internet, dll



MEDIA in WHICH CHANEL



- Saluran : Alat-alat yang secara fisik menjadi tempat dimana sinyal ditransmisikan (John Fiske, 2012)
- Saluran-saluran utama adalah gelombang udara, gelombang radio, kabel telpon, system saraf, dan hal-hal lainnya.

Fiske, John, 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. Rajawali Pres.



MEDIUM



- Adalah : alat-alat yang bersifat teknis atau fisik yang mengubah pesan menjadi sinyal sehingga memungkinkan untuk ditransmisikan pada saluran, (John, Fiske 2012)

MEDIA



- Adalah : kategori umum dari system pengiriman pesan yang mencakup media penyiaran (televisi dan radio), media cetak (surat kabar dan majalah), iklan luar ruang (ourdoor advertising) dan media pendukung lainnya.



Media dibagi atas 3 :



- **Presentasi Media**

Menggunakan Bahasa-Bahasa alami, seperti kata yang terucap, Bahasa tubuh, ekspresi

Ini membutuhkan kehadiran komunikator yang menjadi medium. Presentasi media, komunikator menjadi medium pesan komunikasi



- **Media Representasi**

Membuat sebuah teks yang dapat merekam media dari kategori 1 dan dapat eksis secara mandiri.

Kategori media ini memproduksi karya-karya komunikasi seperti buku, foto, lukisan, tulisan...



- **Media Mekanis**

Adalah transmitter seperti telepon, radio, televisi.

Media kategori ini menggunakan saluran-saluran yang dibuat oleh ahli mesin.

Saluran Komunikasi ada 2



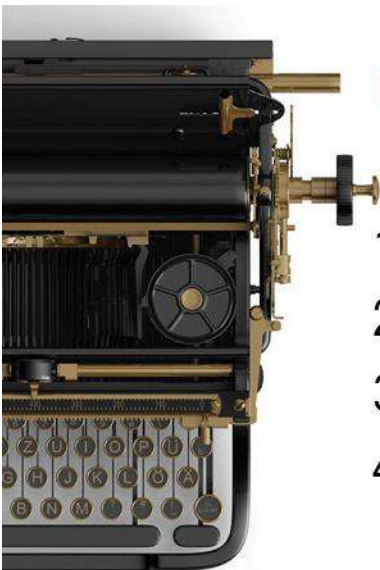
- **Komunikasi formal** adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja dalam berorganisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi.



Komunikasi Informal sering disebut dengan "desas-desus" atau "selentingan".

Menurut Rosnow (1988) mendefinisikan desas-desus sebagai "sebuah proposisi untuk dipercaya tanpa pembuktian resmi"

Bentuk komunikasi ini disetujui secara sosial, karena proses komunikasinya lebih berorientasi pada individu dibanding organisasi.



FUNGSI KOMUNIKASI DALAM BISNIS

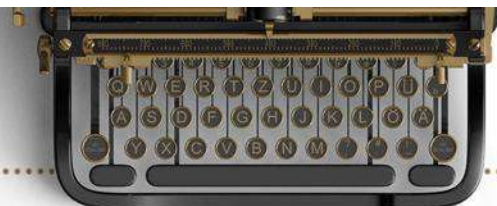
1. INFORMATIF
2. PENGENDALIAN
3. PERSUASIF
4. INTEGRATIF



KOMUNIKASI DALAM BISNIS



KOMUNIKASI **INTERNAL**
KOMUNIKASI **EKSTERNAL**



Komunikasi Internal

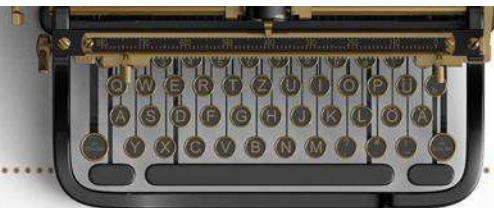
Komunikasi yang terjadi antara orang-orang di dalam organisasi



CONTOH KOMUNIKASI INTERNAL

Komunikasi
pimpinan dengan
bawahan

Komunikasi
bawahan dengan
sesama bawahan



Komunikasi Eksternal

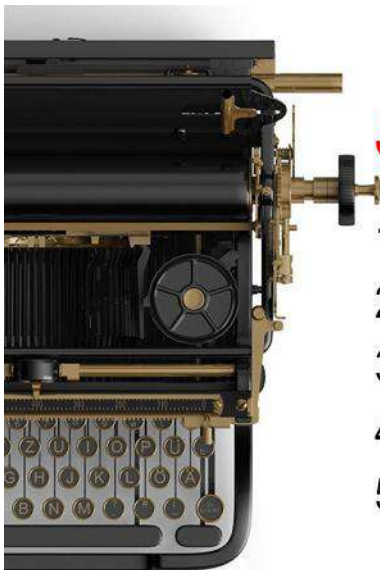
*Komunikasi yang terjadi antara organisasi
dengan pihak luar*



CONTOH KOMUNIKASI EKSTERNAL



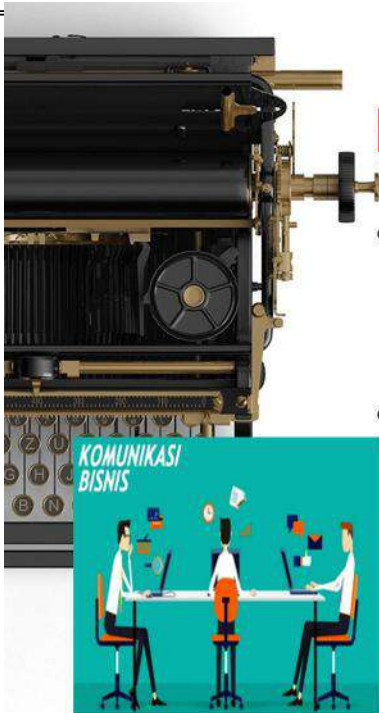
Komunikasi
pimpinan
dengan orang di
luar organisasi



JENIS JENIS KOMUNIKASI

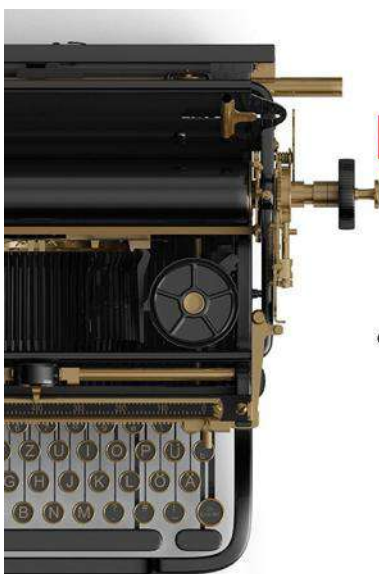
1. Menurut cara penyampaian
2. Menurut proses
3. Menurut perilaku
4. Menurut ruang lingkup
5. Menurut aliran informasi





ETIKA di dalam KOMUNIKASI BISNIS

- Etika berasal dari bahasa “**Yunani**” yang mengacu pada **karakter** atau **kebiasaan** atau **perilaku yang dapat diterima**.
- Etika bisnis dapat didefinisikan sebagai prinsip-prinsip kode tertulis maupun tidak tertulis dan nilai-nilai yang membuat keputusan serta tindakan dalam sebuah perusahaan.



ETIKA di dalam KOMUNIKASI BISNIS

- Beberapa hal terkait dengan isu-isu etika utama yang harus dipertimbangkan oleh organisasi bisnis, yaitu **kejujuran**, **keadilan**, **kepekaan**, dan **rasa hormat**.





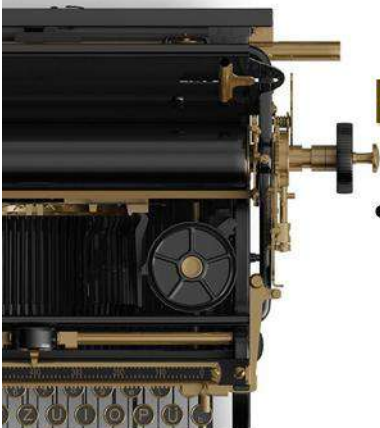
Prinsip Etika Komunikasi Bisnis

- **Kejujuran dan Kehandalan** ; harus selalu memberikan informasi yang akurat dan lengkap, jangan melebih-lebihkan dan menyesatkan.
- **Transparansi dalam Komunikasi** ; komunikasi perusahaan harus dilakukan secara terbuka dan jelas terkait operasional bisnisnya. Contoh : perusahaan dapat berbicara terus terang kepada *stakeholders* mengenai situasi keuangan, alasan di balik keputusan yang diambil, serta kegagalan dan kendala yang harus dihadapi.



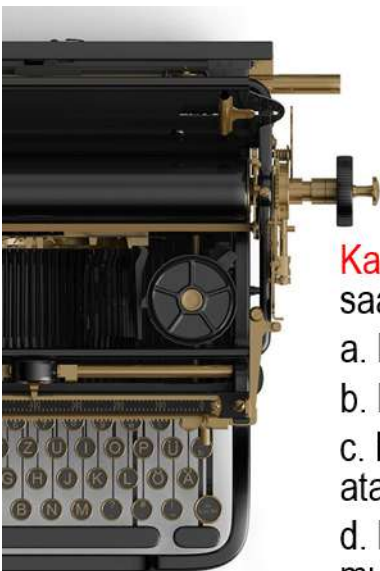
Prinsip Etika Komunikasi Bisnis

- **Penuh Perhatian dan Empati** ; Mendengarkan sudut pandang orang lain, mencoba memahaminya, serta menunjukkan rasa empati. Contoh : kesediaan untuk menyisihkan waktu guna memahami keluhan pelanggan, mempertimbangkan kebutuhan serta perasaan karyawan ketika mengambil keputusan, atau menampung kritik dan masukan dari berbagai pemangku kepentingan.



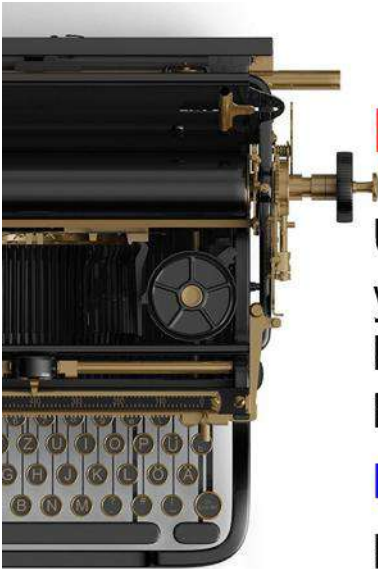
Prinsip Etika Komunikasi Bisnis

- **Menghormati Kepentingan Semua Pihak;**
Semua pihak yang terlibat dalam bisnis harus diperlakukan dengan baik, dihormati, dan mendapatkan perhatian yang layak. Contoh : dalam berkomunikasi digunakan kata-kata yang sopan, hindari komentar diskriminatif dan menyinggung, dan hargai waktu serta pendapat orang lain.



Karakteristik penting **dari etika komunikasi** yang juga dipakai saat bisnis :

- a. Memahami apa yang dimaksud tanpa menyerang orang lain
- b. Mengelola hubungan dengan khalayak
- c. Menyajikan informasi kepada khalayak tanpa menguranginya atau menahan informasi penting
- d. Memahami bahwa etika berkaitan dengan nilai-nilai dan mungkin dapat berbeda bagi khalayak
- e. Memastikan bahwa seluruh informasi adalah akurat dan dapat dijangkau



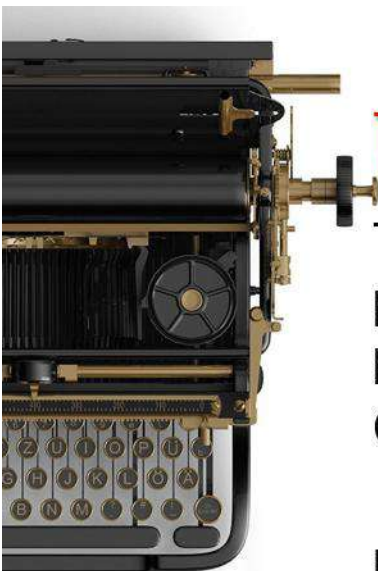
Fungsi Etika Komunikasi Bisnis



Untuk memastikan bahwa pesan-pesan bisnis yang dikirimkan dan diterima adalah pesan-pesan bisnis yang **bersifat netral** dan **tidak menyerang** berbagai pihak.

Menurut J. Jaska (1996) :

Etika komunikasi bisnis yang efektif memainkan sebuah peran penting dalam menguatkan atau memperkuat budaya organisasi atau perusahaan.



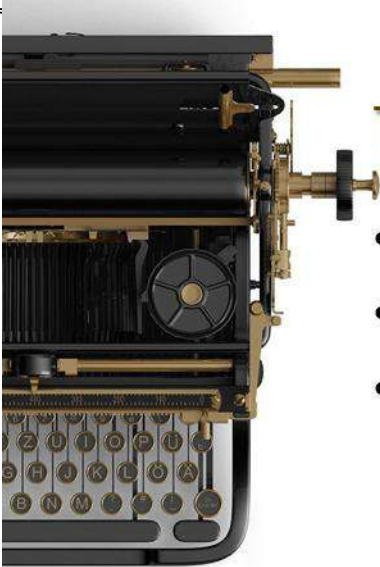
Tujuan Etika Komunikasi Bisnis

Tujuan utama **untuk memenuhi kebutuhan** penerima tanggap dan emosional dari penerima pesan bisnis.

Contoh : pelanggan dan karyawan.

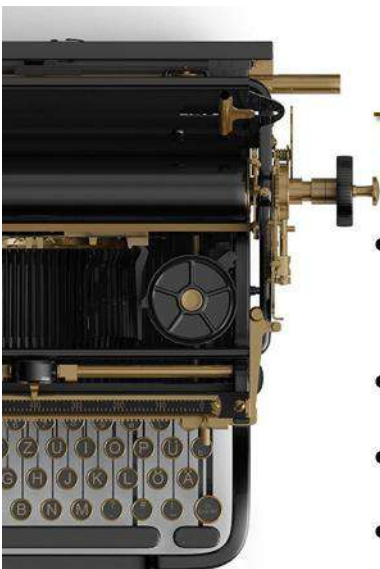


Etika komunikasi bisnis memiliki peran penting dalam melindungi, menghargai, dan memelihara citra bisnis yang baik bagi organisasi.



TUGAS INDIVIDU

- Jelaskan Fungsi komunikasi di dalam bisnis
- Jelaskan Etika dalam komunikasi bisnis
- Apa yang akan terjadi jika etika di dalam berkomunikasi tidak di perhatikan? Baik secara internal maupun eksternal, Sebutkan!!



TUGAS INDIVIDU

- Tugas ditulis dengan tulisan tangan pada kertas double folio
- Tulisan jelas dan bisa dibaca
- Dikumpulkan 2 hari setelah kegiatan kuliah
- Cantumkan referensi yang digunakan



**POLITEKNIK PERTANIAN
NEGERI PAYAKUMBUH**

**BAHAN AJAR
KOMUNIKASI BISNIS**



PERTEMUAN III ; KORESPONDENSI DALAM BISNIS

KORESPONDENSI DALAM BISNIS

BY ; INDRIA UKRITA, SP, M.Sc



CAPAIAN PEMBELAJARAN

Mahasiswa :

1. Mampu menjelaskan definisi korespondensi, dan korespondensi di dalam bisnis.
2. Mampu menjelaskan definisi surat, penggolongan surat
3. Mampu menjelaskan bagian-bagian surat dan bentuk-bentuk surat





DEFINISI



Asal kata Korespondensi?? Apa itu Korenspondensi??

Kata **Correspondence** berasal dari Bahasa “Inggris”

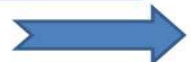
Kata **Correspondentie** berasal dari Bahasa “Belanda”

Korespondensi adalah proses komunikasi yang dikirim melalui surat dari pihak satu kepada pihak lainnya dengan nama jabatan pada suatu perusahaan atau organisasi maupun bisa juga berupa nama perseorangan atau individu.

Korespondensi



Komunikasi verbal untuk menyampaikan
pesan bisnis maupun non bisnis



KORESPONDENSI BISNIS

- Merujuk pada **komunikasi tertulis** yang dilakukan dalam urusan bisnis.
- Ini mencakup seluruh aktivitas surat-menyurat, baik yang bersifat internal antar departemen dalam satu perusahaan, maupun eksternal antara perusahaan dengan pihak luar seperti klien, pemasok, atau mitra bisnis.
- Dalam era digital saat ini, korespondensi bisnis tidak hanya terbatas pada surat fisik, tetapi juga mencakup email, pesan instan profesional, dan bentuk komunikasi tertulis lainnya.





Beberapa alasan utama mengapa korespondensi bisnis sangat penting

- **Dokumentasi Resmi:** Surat bisnis berfungsi sebagai **bukti tertulis** yang sah untuk setiap transaksi, kesepakatan, atau informasi penting.
- **Membangun Hubungan:** Komunikasi yang jelas, profesional, dan tepat waktu melalui korespondensi dapat **membangun dan memelihara hubungan yang kuat** dengan pelanggan, mitra, dan pemangku kepentingan lainnya. Ini menciptakan **kepercayaan dan loyalitas**.



- **Menyampaikan Informasi:** Korespondensi adalah sarana efektif untuk **menyampaikan informasi, gagasan, penawaran, permintaan, pemberitahuan, dan instruksi** yang mendukung aktivitas bisnis
- **Meningkatkan Citra Perusahaan:** Surat yang disusun dengan baik, profesional, dan bebas dari kesalahan mencerminkan **kredibilitas dan citra positif** perusahaan. Sebaliknya, korespondensi yang buruk dapat merusak reputasi.
- **Efisiensi Komunikasi:** Meskipun ada banyak saluran komunikasi, korespondensi tertulis seringkali **lebih efisien untuk menyampaikan detail yang kompleks** dan memastikan semua pihak memiliki catatan yang sama.





SURAT BISNIS



Ciri-Ciri Surat Bisnis

- Untuk membedakan surat bisnis dari jenis surat lainnya, ada beberapa ciri khas yang perlu diperhatikan:
- **Bahasa Formal:** Surat bisnis menggunakan bahasa yang resmi, jelas, dan tidak berbelit-belit.
- **Format Terstruktur:** Terdapat elemen-elemen standar seperti kop surat, tanggal, alamat tujuan, salam pembuka, isi, dan penutup.
- **Isi Singkat dan Padat:** Informasi yang disampaikan langsung ke inti permasalahan tanpa menyertakan hal-hal yang tidak relevan.
- **Tujuan Jelas:** Setiap surat bisnis memiliki tujuan spesifik, seperti menyampaikan informasi, mengajukan penawaran, atau meminta tanggapan.
- **Menggunakan Identitas Perusahaan:** Biasanya surat bisnis mencantumkan identitas pengirim, seperti nama perusahaan, alamat, dan logo.





Jenis-jenis Korespondensi Bisnis

- **Korespondensi Internal:** Komunikasi tertulis yang terjadi **di dalam satu organisasi**. Contohnya termasuk memo antar departemen, surat pengumuman internal, atau laporan kemajuan proyek.



- **Korespondensi Eksternal:** Komunikasi tertulis yang terjadi **antara organisasi dengan pihak luar**. Ini mencakup berbagai jenis surat seperti:
 - **Surat Penawaran:** Menawarkan produk atau jasa.
 - **Surat Pesanan:** Permintaan untuk membeli barang atau jasa.
 - **Surat Konfirmasi:** Mengonfirmasi pesanan, janji, atau kesepakatan.
 - **Surat Permintaan Informasi:** Meminta detail lebih lanjut mengenai produk, layanan, atau peluang bisnis.
 - **Surat Keluhan (Klaim):** Menyampaikan ketidakpuasan atau permintaan penyelesaian masalah.
 - **Surat Tagihan:** Mengingatkan pembayaran atau menagih utang.
 - **Surat Undangan:** Mengundang pihak eksternal ke acara atau pertemuan.





KRITERIA SURAT

1. Berdasarkan Urusan atau Tujuannya

- **Surat Bisnis Internal:** Surat yang diedarkan di antara unit-unit atau individu dalam satu organisasi yang sama. Contohnya memo, surat edaran internal, laporan antar departemen.



1. Surat Bisnis Eksternal: Surat yang dikirimkan dari satu organisasi ke organisasi lain, atau dari individu ke organisasi (dan sebaliknya). Ini mencakup berbagai macam surat seperti:

- **Surat Permintaan Penawaran (Inquiry Letter):** Surat dari calon pembeli yang meminta informasi tentang produk atau jasa.
- **Surat Penawaran (Quotation/Offer Letter):** Surat dari penjual yang menawarkan produk atau jasa beserta detail harga dan spesifikasi.
- **Surat Pesanan (Order Letter):** Surat dari pembeli yang secara resmi memesan barang atau jasa.
- **Surat Konfirmasi Pesanan:** Surat dari penjual yang mengonfirmasi penerimaan dan akan memproses pesanan.
- **Surat Keluhan (Complaint Letter):** Surat dari pelanggan yang menyampaikan ketidakpuasan terhadap produk atau layanan.
- **Surat Tanggapan Keluhan (Adjustment Letter):** Surat balasan dari penjual yang menanggapi keluhan pelanggan.
- **Surat Tagihan (Invoice/Billing Letter):** Surat yang berisi permintaan pembayaran atas barang atau jasa yang telah dikirimkan.
- **Surat Pengingat Pembayaran (Reminder Letter):** Surat yang dikirim jika tagihan belum dibayar sesuai jatuh tempo.
- **Surat Pemberitahuan:** Surat untuk menginformasikan suatu hal, seperti perubahan alamat, jadwal, atau acara.
- **Surat Lamaran Kerja:** Surat yang dikirim oleh pencari kerja kepada perusahaan.
- **Surat Rekomendasi:** Surat yang diberikan oleh pihak ketiga untuk merekomendasikan seseorang.
- **Surat Pengunduran Diri:** Surat dari karyawan yang menyatakan niat untuk berhenti bekerja.





2. Berdasarkan Bentuk Surat

Cara penyusunan dan kelengkapan bagian-bagian surat.

- **Bentuk Lurus Penuh (Full Block Style):** Semua bagian surat mulai dari tanggal, alamat, isi, sampai tanda tangan ditulis rata kiri.
- **Bentuk Lurus (Block Style):** Tanggal, salam pembuka, isi, salam penutup, dan tanda tangan ditulis rata kiri, namun alamat tujuan ditulis menjorok ke kanan.
- **Bentuk Setengah Lurus (Semi Block Style):** Tanggal, alamat tujuan, salam pembuka, isi, salam penutup, dan tanda tangan ditulis rata kiri, namun paragraf pertama setiap alinea menjorok ke kanan.
- **Bentuk Tergantung (Hanging Paragraph Style):** Berbeda dengan bentuk lain, paragraf pertama rata kiri, sementara paragraf selanjutnya menjorok ke kanan.
- **Bentuk Ber lekuk (Indented Style):** Bentuk yang lebih tradisional, di mana setiap baris alamat tujuan, salam pembuka, dan salam penutup ditulis menjorok ke kanan secara berurutan.



3. Berdasarkan Keasliannya

- **Surat Asli (Original):** Surat yang pertama kali diketik atau ditulis.
- **Surat Tembusan (Carbon Copy):** Salinan surat yang diberikan kepada pihak lain yang berkepentingan untuk mengetahui isi surat tersebut, namun tidak secara langsung menjadi penerima utama.
- **Surat Draft:** Draf atau rancangan surat yang belum final.
- **Surat Konsep:** Surat yang masih dalam tahap penyusunan awal.

4. Berdasarkan Tingkat Keamanan

- **Surat Biasa:** Surat yang tidak mengandung informasi rahasia.
- **Surat Rahasia:** Surat yang berisi informasi penting dan hanya boleh diketahui oleh penerima yang dituju. Biasanya ada penanda khusus seperti "Rahasia" atau "Confidential".





BENTUK-BENTUK SURAT



1. Bentuk Lurus Penuh (Full Block Style)

- Semua bagian surat, mulai dari tanggal, alamat tujuan, isi, hingga tanda tangan, ditulis **rata kiri**.
- Tidak ada indentasi atau penjorokan ke dalam.
- Bentuk ini terkesan sangat modern, minimalis, dan sering digunakan di era digital.

2. Bentuk Lurus (Block Style)

- Sama seperti bentuk lurus penuh, semua bagian surat ditulis **rata kiri**, tetapi tanggal, salam penutup, dan tanda tangan ditempatkan di **sebelah kanan** atas.
- Bentuk ini juga sering digunakan dan terlihat profesional.

3. Bentuk Setengah Lurus (Semi Block Style)

- Semua bagian surat, kecuali isi paragraf, ditulis **rata kiri**.
- Paragraf pertama pada setiap alinea isi surat diberi **penjorokan ke dalam** (indentasi).
- Bentuk ini adalah salah satu yang paling sering digunakan karena dianggap seimbang antara formalitas dan kemudahan membaca.

4. Bentuk Berlekuk (Indented Style)

- Bentuk yang lebih tradisional dan tidak terlalu umum digunakan saat ini.
- Alamat tujuan ditulis dengan **penjorokan** pada setiap barisnya, dan setiap paragraf isi surat diberi indentasi.

5. Bentuk Menggantung (Hanging Paragraph Style)

- Sangat jarang digunakan dalam korespondensi bisnis.
- Hanya baris pertama pada setiap alinea yang ditulis rata kiri, sementara baris berikutnya dalam alinea yang sama digantung atau **menjorok ke dalam**.





GAMBAR BENTUK-BENTUK SURAT



Bagian-bagian surat dalam korespondensi bisnis

- **Kop Surat (Letterhead)**
 - Ini adalah identitas resmi pengirim surat.
 - Biasanya berisi nama perusahaan/instansi, alamat lengkap, nomor telepon, alamat email, dan logo perusahaan.
 - Kop surat memastikan surat terlihat profesional dan mudah dikenali.
- **Tanggal Surat**
 - Menunjukkan kapan surat tersebut dibuat.
 - Penulisan tanggal yang benar penting untuk pencatatan dan referensi di kemudian hari.
- **Nomor Surat**
 - Kode unik yang memudahkan identifikasi dan pengarsipan surat.
 - Biasanya mencakup informasi seperti kode unit, urutan surat, bulan, dan tahun.
- **Lampiran (jika ada)**
 - Menyebutkan dokumen atau berkas lain yang disertakan bersama surat.
 - Jika tidak ada lampiran, bagian ini dikosongkan atau ditulis "-".
- **Perihal (Subjek Surat)**
 - Inti atau pokok bahasan dari surat tersebut.
 - Harus ditulis singkat, jelas, dan informatif agar penerima segera memahami isi surat.



- **Alamat Tujuan**

- Nama dan alamat lengkap penerima surat.
- Dapat berupa nama perorangan, jabatan, atau nama instansi/perusahaan.
- Penting untuk mencantumkan gelar dan jabatan yang sesuai.



- **Salam Pembuka**

- Sapaan formal yang digunakan sebelum memulai isi surat.
- Contoh: "Dengan hormat," atau "Yth. Bapak/Ibu..."

- **Isi Surat**

- Bagian utama yang menyampaikan pesan atau informasi.
- Biasanya terdiri dari beberapa paragraf:
 - **Paragraf Pembuka:** Menyatakan tujuan surat atau referensi surat sebelumnya.
 - **Paragraf Isi Pokok:** Menjelaskan detail informasi, permohonan, atau instruksi.
 - **Paragraf Penutup:** Merangkum, menyatakan harapan, atau memberikan instruksi lebih lanjut.

- **Salam Penutup**

- Sapaan formal yang mengakhiri isi surat.
- Contoh: "Hormat kami," atau "Salam,"



- **Nama Jelas Pengirim dan Jabatan**

- Nama lengkap orang yang menandatangani surat.
- Beserta jabatan atau posisi resminya di perusahaan/instansi.

- **Tanda Tangan**

- Tanda tangan asli dari pengirim surat.

- **Tembusan (jika ada)**

- Menyebutkan pihak lain yang juga menerima salinan surat ini untuk diketahui.
- Ditulis dengan "Tembusan:" diikuti nama atau jabatan pihak terkait.



FUNGSI SURAT



1. Sarana Komunikasi Resmi

Surat bisnis digunakan untuk menyampaikan informasi secara formal, seperti pengumuman, konfirmasi, atau pemberitahuan penting.

2. Dokumen Resmi

Sebagai dokumen resmi, surat bisnis dapat menjadi bukti tertulis yang sah terkait transaksi atau kesepakatan yang telah dilakukan.

3. Media Promosi

Dalam beberapa kasus, surat bisnis juga dapat digunakan untuk tujuan promosi, seperti memperkenalkan produk baru atau menawarkan layanan kepada klien potensial.

4. Membantu Membangun Hubungan Profesional

Dengan menggunakan surat bisnis yang ditulis dengan baik, perusahaan dapat membangun citra yang profesional dan memperkuat hubungan dengan mitra bisnis atau pelanggan.

5. Alat Negosiasi dan Penyelesaian Konflik

Surat bisnis sering digunakan dalam proses negosiasi atau untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul dalam hubungan





**POLITEKNIK PERTANIAN
NEGERI PAYAKUMBUH**

**BAHAN AJAR
KOMUNIKASI BISNIS**





POLITEKNIK PERTANIAN
NEGERI PAYAKUMBUH

BAHAN AJAR
KOMUNIKASI BISNIS



PERTEMUAN IV ; KOMUNIKASI LISAN DALAM BISNIS





BERBICARA & MENDENGARKAN

- Faktor-faktor yang mempengaruhi kelancaran berbicara
- Bentuk-bentuk berbicara dalam bisnis
- Persiapan berbicara
- Proses mendengarkan
- Hambatan dalam mendengarkan efektif



*komunikasi lisan terdiri dari dua aspek
yakni Berbicara & Mendengarkan*



FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELANCARAN BERBICARA

1. Pengetahuan
2. Inteligensia
3. Kepribadian
4. Pengalaman
5. Fisiologis

Prinsip-prinsip untuk menjadi pendengar yang efektif :

- Tdk melakukan aktivitas mendengarkan & berbicara pd saat yg bersamaan
- Mencoba memahami pokok pikiran/ide utama pembicara
- Hindari gangguan dari lingkungan sekitar
- Mencoba untuk mengendalikan emosi
- Membuat catatan yang singkat & jelas
- Mencoba untuk bersikap empati (perhatian dan senyuman)
- Memperhatikan komunikasi non verbal
- Bertanya pada tempatnya
- Membuat kesimpulan tentang inti sari pembicaraan
- Memberikan umpan balik



PERTEMUAN V : MANAJEMEN RAPAT (MEETING)

MANAJEMEN RAPAT (MEETING)

BY : INDRIA UKRITA, SP, M.Sc



Capaian Pembelajaran

Mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan tentang :

- a. Pengertian dan tujuan *meeting*
- b. Merencanakan *meeting*
- c. Memimpin *meeting*



PENGERTIAN



- Meeting (rapat) adalah : Setiap jenis maksud tertentu dari orang-orang yang datang bersama-sama untuk melaksanakan bisnis perusahaan

PENGELOLAAN RAPAT



Rapat bisnis mengembangkan rasa memiliki dan tanggung jawab bersama di antara personal perusahaan.



Guna Meeting

- Menyebarkan informasi
- Mendapatkan feedback yang diharapkan
- Melahirkan gagasan-gagasan baru yang inovatif dan kreatif
- Memberi solusi bagi permasalahan yang ada
- Membangun kesepakatan terhadap suatu keputusan dan alur tindakan



TUJUAN MEETING

- Untuk mencari solusi atas masalah
 - Untuk menyampaikan perintah, pernyataan
 - Untuk menjalin kerjasama
 - Untuk menjembatani
- Segala bentuk perselisihan





RAPAT EFEKTIF dan TIDAK EFEKTIF

- Rapat yang efektif menghasilkan keputusan yang baik dan membangun rasa kebersamaan
- Rapat yang tidak efektif tidak menghasilkan sesuatu selain keputusan yang tidak tepat dan pemborosan biaya.

MERENCANAKAN *MEETING*

Ada beberapa hal yang harus disiapkan dalam merencanakan *Meeting* yaitu :

- a. Menjelaskan tujuan rapat
- b. Mengantisipasi hasil yaitu hasil yang diduga akan diperoleh dari rapat dengan tujuan tertentu
- c. Memilih rencana tindakan, yang berkaitan dengan hasil yang diduga akan diperoleh





PERENCANAAN DAN PERSIAPAN RAPAT

- WHY ; mengapa rapat perlu diselenggarakan
- WHAT ; apa masalah yang akan dibicarakan
- WHO ; siapa saja yang akan diundang
- WHERE ; dimana rapat akan diselenggarakan
- WHEN ; kapan rapat akan diselenggarakan
- HOW ; bagaimana rapat akan diselenggarakan

Tindakan di dalam rapat...

- Presentasi
- Peragaan
- Diskusi terbuka
- Simulasi
- Bermain peran





MEMIMPIN *MEETING*



1. **Pemimpin harus memulai rapat tepat waktu;** ini dilakukan untuk memberikan contoh dan memelihara suasana.
2. **Pemeliharaan kelompok;** pemimpin dapat menjadi pendorong, penyeimbang, pengkompromi dan penjaga gerbang

3. Strategi mengatur meliputi..

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu :

- a. Mengendalikan bicara berlebihan
- b. Mendorong yang diam berbicara
- c. Mendorong pernyataan gagasan
- d. Melindungi anggota rapat yang baru atau junior
- e. Menekan kecenderungan yang mematikan
- f. Menutup rapat dengan nada yang positif





4. Menanganimasalahpokok

Hal yang perlu diperhatikan ;

- a. Menangani masalah pokok merupakan tugas utama
- b. Pemimpin mengharapkan dan mengarahkan para peserta rapat untuk memberikan kontribusi pada pemecahan masalah kelompok



- c. Peran kelompok meliputi ; pemrakarsa, pencari informasi, pencari gagasan, pemberi informasi, pemberi pendapat, pengurai, pengevaluasi, dan pemberi energi
- d. Keberhasilan atau kegagalan rapat terletak pada setiap orang dalam kelompok





5. Manajemendiri

Kesalahan pemimpin rapat yang biasa :

- Mendominasi
- Persiapan buruk
- Membiarkan rapat menyimpang
- Membenci pertanyaan-pertanyaan
- Membiarkan terlalu banyak selingan humor
- Melecehkan peserta
- Menoleransi interupsi



6. Tindaklanjutrapat

Hal yang perlu diperhatikan :

- Mengevaluasi keberhasilan rapat
- Dalam mengevaluasi keberhasilan rapat, hal yang perlu dikaji antara lain :
 1. Apa yang terjadi masalah--- masalah apa yang dipecahkan, keputusan yang dibuat
 2. Bagaimana rapat berjalan focus pada proses?
- Mendistribusikan laporan





Syarat-syarat rapat

- Suasana terbuka
- Tidak ada monopoli
- Partisipasi aktif dari peserta rapat
- Bimbingan dan pengawasan dari pimpinan
- Perdebatan berdasarkan argumentasi bukan emosi
- Pertanyaan singkat dan jelas
- Disiplin waktu

Masalah Umum Meeting...

- Tidak ada tujuan atau pokok agenda
- Tidak ada orientasi sebelumnya
- Lambat memulai
- Tidak terorganisir
- Tidak meyakinkan
- Persiapan yang buruk atau tidak cukup





- Individu mendominasi diskusi
- Rapat terlalu lama
- Interupsi
- Kepemimpinan tidak efektif
- Informasi yang didiskusikan tidak relevan
- Membuang-buang waktu



- Tidak efektif dalam membuat keputusan
- Diskusi bertele-tele, berlebihan, menyimpang
- Tidak ada hasil atau tindak lanjut

