



# **KOMUNIKASI BISNIS**

## **Konsep, Strategi, dan Praktik**

### Profesional

**Nisa Noor Wahid, S.E., M.M., Tiara Zanatunnisa, S.E., M.Ak.,  
Faiha Ulfa Hapsari, S.E., M.Sc., Abdul Azis Ramadhan, S.E., M.Acc.,  
Nijar Kurnia Romdoni, S.E., M.Ak., Ak**

# **KOMUNIKASI BISNIS**

## **Konsep, Strategi, dan Praktik Profesional**

Nisa Noor Wahid, S.E., M.M.  
Tiara Zanatunnisa, S.E., M.Ak.  
Faiha Ulfa Hapsari, S.E., M.Sc.  
Abdul Azis Ramadhan, S.E., M.Acc.  
Nijar Kurnia Romdoni, S.E., M.Ak., Ak.



**CV. Bayfa Cendekia Indonesia**

## **Komunikasi Bisnis: Konsep, Strategi, dan Praktik Profesional**

© Nisa Noor Wahid, S.E., M.M.  
Tiara Zanatunnisa, S.E., M.Ak.  
Faiha Ulfa Hapsari, S.E., M.Sc.  
Abdul Azis Ramadhan, S.E., M.Acc.  
Nijar Kurnia Romdoni, S.E., M.Ak., Ak.

ISBN:

**Editor** : Tim Editor Bayfa Cendekia  
**Tata Letak** : Tim Desain Bayfa Cendekia  
**Desain Sampul** : (freepik.com)

### **Penerbit:**

CV. Bayfa Cendekia Indonesia  
(Anggota IKAPI No. 272/JTI/2021)

### **Redaksi:**

Jln. Raya Dsn Juron-Pucangrejo RT 008/ RW 004  
Kec. Sawahan Kabupaten Madiun 63162  
Website : <https://book.bayfapublisher.com>  
Phone/WA : 0857-3031-8025

Cetakan Pertama, Januari 2026  
v+192 hlm; 15,5x23 cm

#### Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang Undang Nomor 28 Tahun 2014

##### Tentang Hak Cipta **Kutipan Pasal 113**

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) 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 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (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 ayat (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 Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

# KATA PENGANTAR

Komunikasi bisnis merupakan salah satu kompetensi kunci yang harus dimiliki oleh setiap individu yang terlibat dalam dunia kerja dan organisasi modern. Dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis, kompetitif, dan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, kemampuan menyampaikan gagasan, membangun relasi profesional, serta mengelola pesan secara efektif menjadi faktor penentu keberhasilan individu maupun organisasi. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif mengenai konsep, strategi, dan praktik komunikasi bisnis sangat diperlukan.

Buku Komunikasi Bisnis: Konsep, Strategi, dan Praktik Profesional disusun untuk memberikan landasan teoretis sekaligus panduan praktis mengenai komunikasi bisnis dalam berbagai konteks. Pembahasan dalam buku ini mencakup hakikat dan peran komunikasi bisnis, komunikasi antarpribadi dan organisasi, komunikasi lintas budaya, perencanaan dan penulisan pesan bisnis, korespondensi profesional, wawancara kerja, presentasi bisnis, negosiasi, hingga penulisan laporan bisnis. Selain itu, buku ini juga mengulas peran teknologi informasi dan tantangan komunikasi bisnis di era digital.

Materi disajikan secara sistematis dan bertahap, mulai dari konsep dasar hingga penerapan praktis, sehingga diharapkan dapat membantu pembaca memahami komunikasi bisnis tidak hanya sebagai aktivitas teknis, tetapi sebagai proses strategis yang menuntut ketepatan pesan, etika profesional, serta kepekaan terhadap audiens dan konteks. Dengan pendekatan tersebut, buku ini dirancang agar relevan bagi mahasiswa, pendidik, praktisi bisnis, serta siapa pun yang ingin meningkatkan kompetensi komunikasi profesional.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan pada edisi berikutnya. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan keilmuan komunikasi bisnis dan menjadi referensi yang bermanfaat dalam menunjang kegiatan akademik maupun praktik profesional. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat digunakan secara optimal dan memberikan manfaat bagi para pembaca.

**Penulis**

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HAKIKAT DAN PERAN KOMUNIKASI BISNIS .....</b>	<b>1</b>
Pengertian komunikasi bisnis .....	1
Tujuan dan fungsi komunikasi bisnis .....	4
Komunikasi bisnis sebagai kompetensi profesional .....	7
<b>KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM KONTEKS BISNIS .....</b>	<b>11</b>
Hakikat komunikasi antarpribadi .....	11
Peran empati dan mendengarkan aktif .....	14
Etika komunikasi profesional.....	17
<b>KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI.....</b>	<b>21</b>
Arus komunikasi organisasi.....	21
Komunikasi formal dan informal .....	25
Hambatan komunikasi organisasi .....	28
<b>KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA DALAM DUNIA BISNIS .....</b>	<b>33</b>
Konsep komunikasi lintas budaya .....	33
Pengaruh budaya terhadap gaya komunikasi .....	36
Strategi komunikasi lintas budaya .....	40
<b>PERENCANAAN DAN PENGORGANISASIAN PESAN BISNIS .....</b>	<b>46</b>
Analisis audiens dan tujuan pesan .....	46
Struktur pesan bisnis .....	50
Pemilihan media komunikasi.....	54
<b>REVISI DAN PENYEMPURNAAN PESAN BISNIS.....</b>	<b>58</b>
Pentingnya revisi pesan .....	58
Aspek bahasa dan nada pesan .....	61
Konsistensi dan keakuratan pesan .....	64
<b>PENULISAN PESAN BISNIS: DIRECT REQUEST DAN PERMINTAAN MAAF .....</b>	<b>69</b>
Karakteristik pesan direct request .....	69
Prinsip penulisan pesan permintaan maaf .....	72
Etika dalam pesan permintaan.....	76
<b>PENULISAN PESAN BISNIS: BAD NEWS DAN PESAN PERSUASIF .....</b>	<b>81</b>
Hakikat pesan bad news .....	81
Strategi penyampaian pesan bad news.....	84
Prinsip pesan persuasif dalam bisnis .....	87
<b>DASAR-DASAR KORESPONDENSI BISNIS .....</b>	<b>91</b>
Pengertian korespondensi bisnis .....	91
Jenis-jenis surat bisnis.....	93

Prinsip penulisan korespondensi.....	96
<b>PENULISAN SURAT LAMARAN KERJA DAN RESUME .....</b>	<b>100</b>
Fungsi surat lamaran kerja .....	100
Struktur dan isi resume .....	103
Strategi menyesuaikan dokumen lamaran.....	106
<b>WAWANCARA KERJA SEBAGAI PROSES KOMUNIKASI.....</b>	<b>110</b>
Wawancara kerja sebagai interaksi komunikasi.....	110
Persiapan komunikasi dalam wawancara .....	112
Komunikasi verbal dan nonverbal .....	115
<b>PRESENTASI BISNIS DAN PRESENTASI LAPORAN KEUANGAN</b>	
.....	<b>119</b>
Tujuan presentasi bisnis.....	119
Struktur presentasi yang efektif .....	122
Visualisasi data dan penyampaian pesan.....	126
<b>NEGOSIASI DALAM KOMUNIKASI BISNIS .....</b>	<b>130</b>
Pengertian dan tujuan negosiasi .....	130
Tahapan dalam proses negosiasi .....	134
Keterampilan komunikasi dalam negosiasi .....	137
<b>PENULISAN LAPORAN BISNIS.....</b>	<b>140</b>
Fungsi laporan bisnis.....	140
Laporan singkat dalam konteks bisnis.....	142
Laporan formal dan sistematika penulisan .....	147
<b>TEKNOLOGI INFORMASI DALAM KOMUNIKASI BISNIS .....</b>	<b>151</b>
Peran teknologi dalam komunikasi bisnis.....	151
Komunikasi bisnis di era digital .....	156
Tantangan dan peluang teknologi komunikasi .....	160
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>165</b>
<b>DAFTAR PENULIS .....</b>	<b>191</b>