

# KOMUNIKASI BISNIS



Muliyati, Farida, Rusydi Fauzan,  
Dedy Wahyudi, Hartati, Indra Sani,  
Rafi'l, Masriah, Jamalullail

# **KOMUNIKASI BISNIS**

**Muliyati**

**Farida**

**Rusydi Fauzan**

**Dedy Wahyudi**

**Hartati**

**Indra Sani**

**Rafi'i**

**Masriah**

**Jamalullail**



**PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI**

# KOMUNIKASI BISNIS

**Penulis :**

Muliyati  
Farida  
Rusydi Fauzan  
Dedy Wahyudi  
Hartati  
Indra Sani  
Rafi'i  
Masriah  
Jamalullail

**ISBN : 978-623-198-091-5**

**Editor :** Diana Purnama Sari, M.E

**Penyunting :** Tri Putri Wahyuni, S.Pd

**Desain Sampul dan Tata Letak :** Atyka Trianisa, S.Pd

**Penerbit :** PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI  
Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

**Redaksi :**

Jl. Pasir Sebelah No. 30 RT 002 RW 001  
Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tengah  
Padang Sumatera Barat  
Website : [www.globaleksekutifteknologi.co.id](http://www.globaleksekutifteknologi.co.id)  
Email : [globaleksekutifteknologi@gmail.com](mailto:globaleksekutifteknologi@gmail.com)

Cetakan pertama, Februari 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk  
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Komunikasi Bisnis ini.

Buku ini membahas Memahami komunikasi bisnis dan komunikasi antar bisnis, Perencanaan, pengorganisasian, dan revisi pesan-pesan bisnis, Penulisan direct request dan penulisan permintaan pesan-pesan rutin dan positif, Penulisan surat lamaran kerja dan penulisan resume, Penulisan laporan bisnis dan penulisan laporan singkat, Penulisan laporan formal, Komputer personal dan komunikasi bisnis, Dasar-dasar Internet, Teknologi penyimpanan data elektronik dalam komunikasi bisnis.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Februari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB 1 MEMAHAMI KOMUNIKASI BISNIS DAN KOMUNIKASI ANTAR BISNIS.....</b>	<b>1</b>
1.1 Komunikasi Bisnis.....	1
1.1.1 Definisi Komunikasi:.....	2
1.1.2 Efektivitas Komunikasi Bisnis .....	5
1.2 Dasar Komunikasi .....	8
1.2.1 Indikator keberhasilan suatu komunikasi bisnis .....	10
1.2.2 Tujuan Komunikasi Bisnis.....	11
1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi Bisnis.....	12
1.3 Bentuk Dasar Komunikasi.....	13
1.3.1 Komunikasi Nonverbal.....	13
1.3.2 Komunikasi Verbal.....	15
1.3.4 Komunikasi Bisnis dalam Perusahaan .....	21
1.4 Manfaat Komunikasi Bisnis dalam Perusahaan.....	22
1.5 Membangun Komunikasi Bisnis dalam Perusahaan .....	23
1.6 Simpulan .....	24
DAFTAR PUSTAKA.....	26
<b>BAB 2 PERENCANAAN, PENGORGANISASIAN, DAN RIVISI PESAN-PESAN BISNIS .....</b>	<b>27</b>
2.1 Pendahuluan.....	27
2.2 Perencanaan Pesan Bisnis.....	28
2.2.1 Penentuan Tujuan .....	28
2.2.2 Menganalisa Audiens .....	29
2.2.3 Menentukan Ide Pokok.....	31
2.2.4 Seleksi Media dan Saluran.....	32
2.3 Pengorganisasian Pesan Bisnis .....	34
2.4 Revisi Pesan Bisnis.....	43

2.4.1 Keterampilan Merevisi Pesan.....	43
2.4.2 Pemilihan Kata yang Tepat.....	45
2.4.2 Membuat Kalimat yang Efektif.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	49
<b>BAB 3 PENULISAN <i>DIRECT REQUEST</i> DAN</b>	
<b>PENULISAN PERMINTAAN PESAN RUTIN DAN POSITIF .....</b>	<b>51</b>
3.1 Pendahuluan .....	51
3.2 Pengorganisasian <i>Direct Request</i> .....	51
3.3 Permintaan Pesan Rutin.....	53
3.4 Menulis <i>Direct Request</i> untuk Permasalahan.....	56
3.5 Surat Undangan, Surat Pesanan, dan Surat Reservasi .....	58
3.6 Strategi Penulisan untuk Permintaan Pesan Rutin dan Pesan Positif.....	60
3.7 Pesan Goodnews dan Goodwill.....	61
3.8 Surat Rekomendasi dan Pemberitahuan .....	62
3.9 Penutup.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
<b>BAB 4 PENULISAN SURAT LAMARAN KERJA DAN</b>	
<b>PENULISAN RESUME .....</b>	<b>67</b>
4.1 Pendahuluan .....	67
4.2 Pengertian Surat Lamaran Kerja dan Resume.....	68
4.2.1 Pengertian Surat Lamaran Kerja.....	68
4.2.2 Pengertian Resume .....	69
4.3 Penulisan Lamaran Kerja.....	70
4.3.1 Penyusunan Lamaran Kerja.....	71
4.3.2 Di Dalam Surat Lamaran Kerja Hal-Hal yang Perlu Diperhatikan .....	74
4.3.3 Pada Surat Lamaran Kerja Hal-Hal yang Perlu Dihindari.....	74
4.3.4 Tipy Membuat Surat Lamaran Kerja Yang Baik dan Menarik .....	75
4.3.5 Contoh Surat Lamaran Kerja .....	76
4.4 Menulis Resume Lamaran Kerja .....	78

4.4.1	Persiapan Menulis Resume Lamaran Kerja.....	78
4.4.2	Menulis Resume lamaran Kerja yang Benar dan Baik.....	79
4.4.3	Pengorganisasian Resume Lamaran Kerja .....	80
	DAFTAR PUSTAKA.....	85
<b>BAB 5 PENULISAN LAPORAN BISNIS DAN LAPORAN SINGKAT .....</b>		
	<b>SINGKAT .....</b>	<b>87</b>
5.1	Pendahuluan.....	87
5.2	Pengertian Laporan Bisnis dan Laporan Singkat .....	89
5.3	Tujuan, penerapan dan alasan pembuatan Laporan Bisnis.....	90
5.3.1	Tujuan Laporan Bisnis .....	90
5.3.2	Tujuan Laporan Singkat .....	91
5.3.3	Apakah UMKM membuat Laporan Bisnis ? .....	92
5.3.4	Alasan pembuatan Laporan Bisnis .....	93
5.4	Penggolongan laporan Bisnis dan laporan singkat .....	95
5.5	Persiapan Penulisan dan Format Laporan Bisnis dan laporan singkat.....	96
5.5.1	Persiapan Penulisan laporan bisnis dan laporan singkat.....	96
5.5.2	Gaya, format dan pengorganisasian Laporan bisnis dan laporan singkat .....	97
5.6	Laporan bisnis yang baik.....	101
	DAFTAR PUSTAKA.....	103
<b>BAB 6 PENULISAN LAPORAN FORMAL .....</b>		
6.1	Ruang Lingkup Laporan formal .....	107
6.2	Kerangka Untuk Analisis.....	108
6.3	Menyusun Kerangka Pembuka.....	113
6.4	Menyusun Rencana Kerja .....	115
	DAFTAR PUSTAKA.....	116
<b>BAB 7 KOMPUTER PERSONAL DAN KOMUNIKASI BISNIS.....</b>		
7.1	Pendahuluan.....	117

7.2 Pembahasan .....	118
7.2.1 Komputer Personal .....	118
7.2.2 Komunikasi bisnis .....	124
7.3 Kesimpulan .....	133
DAFTAR PUSTAKA .....	134
<b>BAB 8 DASAR-DASAR INTERNET .....</b>	<b>135</b>
8.1 Pendahuluan .....	135
8.2 Manfaat dan Dampak Penggunaan Internet .....	135
8.2.1 Manfaat internet dalam kehidupan sehari-hari antara lain: .....	135
8.2.2 Dampak Penggunaan Internet .....	137
8.3 Sejarah Internet .....	138
8.4 Istilah-Istilah dalam Internet .....	141
8.5 Memulai Internet .....	143
8.6 Membuat Koneksi ke ISP .....	145
8.7 Search Engine .....	147
8.8 Membuat Email .....	149
DAFTAR PUSTAKA .....	154
<b>BAB 9 TEKNOLOGI PENYIMPANAN DATA ELEKTRONIK DALAM KOMUNIKASI BISNIS .....</b>	<b>155</b>
9.1 Pendahuluan .....	155
9.2 Pembahasan .....	158
9.2.1 Teknologi Penyimpanan Data .....	158
9.2.2 Komunikasi Bisnis .....	162
9.2.3 Tip Aman Berbisnis Menggunakan Data Elektronik .....	166
9.3 Kesimpulan .....	169
DAFTAR PUSTAKA .....	170
<b>BIODATA PENULIS</b>	



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> : Alur Komunikasi .....	8
<b>Gambar 2.1</b> : Saluran dan Media penyaluran pesan bisnis .....	33
<b>Gambar 2.2</b> : Pertimbangan Saluran dan Media Pesan bisnis .....	33
<b>Gambar 2.3</b> : Pengelompokan Ide Pokok .....	38
<b>Gambar 2.4</b> : Urutan sesuai Rencana Organisasional .....	39
<b>Gambar 5.1</b> : Ruang lingkup Laporan Bisnis.....	90
<b>Gambar 5.2</b> : Pelaku UMKM dan laporan keuangan/ bisnis .....	93

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> : Mendefinisikan Ide Pokok .....	36
<b>Tabel 2.2</b> : Rencana Organisasional untuk Pesan Bisnis.....	41



# **BAB 9**

## **TEKNOLOGI PENYIMPANAN DATA ELEKTRONIK DALAM KOMUNIKASI BISNIS**

*Oleh Jamalullail*

### **9.1 Pendahuluan**

Hadirnya seorang bayi meskipun baru dilahirkan tentu dapat dipastikan nantinya akan dimasukkan dalam data. Itu sebabnya betapa pentingnya data sehingga tidak hanya kelahiran namun kematianpun tetap di data. Salah satunya adalah untuk mengetahui berapa jumlah kelahiran dan kematian perbulan, pertahun, dan seterusnya. Bila dilihat dari kepentingan komunikasi bisnis, mengetahui umur adalah bagian penting untuk target segmentasi pasar. Tidak berhenti pada batas itu, contoh, bila masyarakat yang datang ke bank misalnya membuat rekening tabungan, asuransi, investasi, dan semua itu membutuhkan penyesuaian data yang valid.

Kecocokan data menentukan mudahnya melakukan transaksi atau berjalannya komunikasi dalam bisnis. Meski data yang disetor dari awal melalui data secara manual atau cara tradisional, namun hal tersebut tetap mempengaruhi mudahnya melakukan aktivitas komunikasi dalam bisnis.

Perkembangan teknologi memaksa masyarakat untuk beralih dari konvensional menuju digital. Salah satu bentuk nyata dapat dilihat dari penyimpanan data yang dulu berbentuk tumpukan kertas sebagai arsip, data penting tersimpan dan tertata secara rapi menghiasi rak lemari. Kini dengan kedatangan teknologi penyimpanan data tersebut

sudah berubah bentuk menjelma sesuai perkembangan zaman. Dari data semula jika zaman dahulu melalui berbagai benda dan bahan kertas, atau saat Romawi Kuno dengan Papyrus, pahatan kayu, ukiran dinding batu yang menjelaskan perjalanan sebuah kerajaan.

Tidak berhenti di situ, pelepah daun pada masa Nabi itu menjadi media untuk mencatat ayat-ayat. Singkat cerita, sampailah pada perkembangan beralih catatan atau dokumen dan kita masih mengalami sekarang yaitu berupa buku yang dicetak dengan menggunakan kertas. Dokumen tersebut tersusun rapi menghiasi dinding rumah dan tempat kerja. Lebih modern sedikit dokumen sudah tidak terlihat lagi menggunung karena sudah tersimpan lewat media komputer yang berbasiskan elektronik. Dokumen terkadang tersimpan melalui ROM, DVD-ROM, HD-DVD, Blu-ray Disc, flashdisk, dan hardisk eksternal relevansinya dengan dunia komunikasi bisnis sampai sekarang.

Semua media penyimpan data tersebut lambat laun mulai bergeser mengikuti perkembangan zaman yang pada akhirnya CD, DVD, HD-DVD, Fleshdisk dan lainnya mulai ditinggalkan. Dan sekarang dapat disimpan melalui google drive, Dropbox, Icloud, dan OneDrive yang merupakan layanan cloud storage dari Microsoft. Semua perangkat canggih ini bisa mewadahi beragam data bermuatan skala besar. Secara keamanan juga dapat diperhitungkan serta menjadi pertimbangan bagi para pelaku bisnis ke kinian.

Meski penyimpanan data sekarang sudah tak lagi sulit, namun semua aplikasi memiliki kelemahan yang mana kelemahan tersebut sering kali dimanfaatkan oleh para hacker untuk menyerang sehingga data-data yang tersimpan dalam aplikasi di atas masih memerlukan pengamanan tinggi. Salah satu kelemahan yang dimiliki secara garis besar adalah harus

terkoneksi pada jaringan internet. Jaringan internet menjadi jantung dari penyimpanan data secara elektronik.

Melihat perkembangan teknologi semakin canggih bahkan setiap hari selalu ada produk baru dalam penyimpanan data yang dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi bisnis, maka masyarakat mulai tergiur untuk tidak ketinggalan menikmati penggunaan media elektronik itu sebagai sebuah penyimpanan data-data penting. Canggihnya teknologi berwujud elektronik seperti perangkat komputer, handphone, dan kembarannya semua bisa dipergunakan sebagai penyimpanan data secara lebih simpel, ringkas, dan mudah. Terlebih media elektronik tidak sedikit masyarakat menggunakan sebagai penunjang aktivitas bisnis.

Menyoal keamanan data berarti tidak bisa dilepaskan dari pembahasan terkait prosedur yang dapat memberikan dukungan terhadap perlindungan data dari tindakan tercela atau yang tidak diinginkan. Terlebih bila dalam komunikasi bisnis yaitu ketika melakukan transaksi terkait keuangan.

Persoalan sekarang adalah, media elektronik yang di dewa-dewakan bagi sebagian orang, ternyata tidak semua bisa mewakili keamanan kebutuhan penyimpanan data-data penting mulai dari kebutuhan secara personal, kelompok, organisasi, bahkan massa apalagi terkait komunikasi bisnis yang banyak melibatkan publik. Oleh karena itu, media elektronik dituntut untuk dapat memberikan solusi mengiringi kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks, khususnya adalah dunia komunikasi bisnis. Hal inilah yang menjadi titik pembahasan pada bab ini.

## 9.2 Pembahasan

### 9.2.1 Teknologi Penyimpanan Data

Pengertian teknologi secara luas merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang keterampilan dalam penciptaan alat serta metode mulai dari proses pengolahan data guna memudahkan penyelesaian berbagai bentuk pekerjaan yang menjadi tanggungan manusia di muka bumi.

Teknologi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu, suatu metode ilmiah yang digunakan untuk mencapai tujuan secara praktis, dan merupakan salah satu ilmu pengetahuan terapan. Sedangkan, berangkat dari pengertian yang terdapat pada *literature* bahasa Yunani bahwa teknologi adalah *Technologia* yang dimabil dari kata *Techne* mengandung arti wacana seni. Bila teknologi dimaknai wacana seni maka teknologi saat digunakan dalam dunia bisnis yang berbasis data, maka berarti bagaimana manusia dapat mengolah wacana menjadi seni melalui perangkat teknologi yang diterapkan dalam kehidupan komunikasi bisnis. Karena, dalam melakukan aktivitas bisnis banyak seni yang terpaut di dalamnya sehingga masyarakat tertarik mendalami, menjalani, melakukan, berkecimpung di kegiatan tersebut sehingga dapat mendatangkan keuntungan.

Perangkat teknologi penyimpanan data merupakan media yang memiliki umur cukup untuk berdiri tegak di tengah maraknya beragam dunia usaha bisnis komunikasi. Teknologi seolah menjadi perwakilan yang tak lagi dapat terelakkan dari kebutuhan bisnis mengiringi kemajuan zaman; terlebih menyangkut keamanan penyimpanan data.

Pada zamanya kertas pernah menduduki posisi tertinggi di dunia usaha, terutama dunia usaha percetakan. Dunia percetakan menjadikan kertas sebagai sebuah kebutuhan primer, karena bila tidak ada kertas maka mereka semua tidak bisa beraktivitas normal serta sepi orderan yang dapat

mematikan penghasilan mereka dan sulit memberikan kehidupan layak bagi keluarganya. Tidak hanya pada pelaku bisnis namun insan akademis adalah sangat memiliki ketergantungan tinggi terhadap pentingnya kertas. Contoh selain sebagai alat untuk mencetak dokumen kantor, proposal, data pribadi, dan sebagai bukti fisik yang otentik.

Sepakat dengan apa yang dipaparkan Sugiharto (2010) bahwa dengan melihat terbatasnya waktu dan kertas tidak bertahan lama bila disimpan termasuk data yang terdapat di dalamnya maka teknologi merupakan salah satu yang dapat menjawab dan dapat digunakan untuk mewakili kebutuhan penyimpanan data. Oleh karena itu, di era teknologi semakin maju, sangat penting untuk mengintegrasikan sistem penyimpanan digital dalam proses pengarsipan data yang tidak hanya mengubah wujud dari hard file menjadi soft file, tetapi juga dapat diarsipkan ke sebuah pusat penyimpanan data digital atau *directory system* yang selalu dapat diperbaharui (*update*) setiap waktu. Dengan pembaharuan data yang dapat dilakukan secara lebih cepat tentu akan memudahkan penyesuaian kevalidan data atau dokumen.

Pada pertumbuhan teknologi sekarang, tentu hampir setiap instansi sudah dapat dipastikan bahwa dalam pengelolaan data pada era sekarang telah menggunakan media berbasis elektronik. Untuk meningkatkan keefektifan kerja dalam sebuah organisasi diperlukan media pendukung yang disebut dengan teknologi penyimpanan data. Perkembangan komputer dapat dijadikan sebagai basis penyimpanan informasi dan termasuk data penting usaha bisnis. Perubahan tersebut sekarang sudah tidak lagi bertumpu pada bahan dasar kertas; beralih pemanfaatan secara elektronik, atau digital yang dikenal dengan *directory system*. Pengelolaan data sebagaimana disebutkan (Basiroh, 2017) secara elektronik memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap suatu organisasi



salah satunya dalam efisiensi pengelolaan dan penggunaan data/arsip serta dalam komunikasi dalam organisasi tersebut, termasuk bisnis personal, kelompok, dan lainnya.

Tidak mudah memang merubah kebiasaan yang sudah mengakar apalagi sudah menjadi budaya kehidupan, seperti sekarang misalnya pada awalnya masyarakat dalam melakukan penyimpanan data penting lebih menitik beratkan pada penyimpanan berbasis pada tumpukan kertas, baik melalui kertas print, cetak, foto, rekaman melalui kaset, CD bentuk piringan, dan lainnya beralih ke digitalisasi. Tidak semua masyarakat juga mengamini peralihan semacam itu, karena masih didapatkan persoalan seperti kurang siapnya sumber daya manusia (SDM). Ketika sekarang dipaksakan untuk berubah pada hal yang lebih modern lantaran tuntutan perkembangan dan kemajuan teknologi tidak lagi dapat dibendung, dan terus memaksa masyarakat berubah.

Peralihan pengelolaan data yang semula melalui cara-cara tradisional (konvensional) berbasis kertas sebagai media penyimpanan sudah mulai sedikit luntur secara perlahan berevolusi ke elektronik adalah bentuk dari perwujudan pemenuhan kebutuhan akan informasi yang semakin cepat dan singkat dalam lingkungan teknologi. Merubah sistem pengelolaan data konvensional ke elektronik maka data-data penting lebih mudah tersimpan secara lebih simpel dan ringkas dan serta memudahkan pengaksesan (pencarian) pada saat dibutuhkan serta dengan jangka lebih lama (Sumarni & Rahmi, 2018). Bila sebelum merambahnya teknologi subur tumbuh seperti sekarang, penyimpanan segala bentuk data keberadaannya dapat dilihat secara kasat mata. Dan arsip-arsip dan atau dokumen terkadang menumpuk di atas meja.

Beralihnya penyimpanan data berbasis elektronik baik itu berupa gambar, foto, video, rekaman record, tulisan dan

data-data lainnya sudah tak lagi terlihat vulgar. Sekarang sudah terprogram dalam satu komponen penyimpanan data yang terdigitalisasi dan terintegrasikan ke sistem server komputer sebagaimana pendapat yang dikemukakan (Sambas Ali Muhidin et al., 2018). Pernyataan tadi diperkuat oleh Izzati Gemi Seinsiani (2020: 71) bahwa beragam media yang dapat dijadikan sebagai penyimpanan data penting seperti data pribadi, kelompok, organisasi, maupun massa dulu melalui Disket, USB Drive dan Hard Drive, yang itu semua masih dirasa memiliki keterbatasan dalam menyimpan proses pengelolaan data karena tersebut harus ada bentuk fisiknya ketika dibutuhkan. Serta akses dan update data pun sulit diakses secara serentak oleh semua kalangan di waktu yang bersamaan.

Berbeda bila sudah masuk dalam sistem penyimpanan data secara digital, semua dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja selama masih ada jaringan komputer terkoneksi internet. Mereka lebih cepat dan leluasa mengoperasikan data tau menggunakan data sesuai dengan kebutuhan. Dan bahkan saat penyimpanan atau pengupdatetan data dapat dilihat secara jelas perkembangan dan kebaruannya. Kepentingan seperti ini sekarang sudah mulai diburu masyarakat generasi milenial dan generasi Z.

Kebutuhan dalam penyeleksian karyawan baru misalnya, sekarang tidak lagi sulit dan dapat diketahui rekam jejak digital melalui teknologi. Data personal dengan teknologi maka sudah cepat diketahui. Selain itu, tak kalah pentingnya juga penyimpanan data mudah dipost – repost sehingga tanpa memakan banyak waktu dengan waktu yang relatif singkat semua data dapat dikonsumsi.

### **9.2.2 Komunikasi Bisnis**

Komunikasi bisnis merupakan kegiatan komunikasi yang bertujuan bisnis, dan kegiatan tersebut tentu memerlukan orang lain yang terlibat di dalamnya. Komunikasi bisnis juga memiliki tujuan tertentu yang pada umumnya adalah tujuan praktis dalam kegiatannya dilakukan melalui pendekatan persuasif agar mendapatkan suatu keuntungan. Tak jarang mungkin mendengarkan kata yang menyebutkan ‘bicara bisnis berarti tidak kenal siapa itu saudara’ yang hal tersebut sebenarnya merupakan ungkapan yang kurang tepat dan perlu diluruskan sehingga tidak meracuni generasi berikutnya. Dalam bisnis justru bisa melihat orang lain sebagai saudara. Sehingga saat melakukan transaksi bisnis lebih lentur dan leluasa berkomunikasi, dan semua pesan-pesan bisnis akan lebih mudah dimengerti satu sama lain.

Tidak ada istilah komunikasi bisnis dilakukan secara seorang diri tanpa menyertakan orang lain, apalagi orang yang belum pernah saling kenal sebelumnya; sulit rasanya melancarkan kegiatan bisnis untuk orang-orang baru atau orang asing, maka dari itu kedekatan secara emosional perlu juga dijadikan jembatan dalam melancarkan komunikasi bisnis. Selain itu, sebagaimana disampaikan Fatimah dan Nuryaningsih (2018) dalam Iswahyu Pranawukir (2020: 41) bahwa dalam komunikasi bisnis tercipta pertukaran mulai dari bentuk ide, gagasan, simbol, makna verbal-non verbal termasuk segala bentuk transaksi yang mengitari lingkungannya.

Terdapat tiga elemen penting yang dapat digunakan untuk memuluskan kegiatan komunikasi bisnis di antaranya: saling bertukar informasi, saling membujuk, dan saling melancarkan kerjasama atau kolaborasi. Karena tiga hal tersebut dapat memberikan sumbangsih kesuksesan dalam menjalankan usaha bisnis. Apalagi ditambah dengan saling

menaruh kepercayaan satu sama lain, baik pelaku bisnis termasuk konsumen. Bila salah satu terjadi pencideraan maka komunikasi sehebat apapun yang dilakukan tentu akan mengalami penurunan. Lebih-lebih penurunan kepercayaan seharusnya menjadikan modal utama dalam bisnis. Karena dalam komunikasi bisnis kepercayaan seringkali menempati posisi paling utama.

Melihat pandangan di atas, adanya saling bertukar informasi diperlukan terlebih dalam dunia bisnis yang bisa menjadi corong pendorong keberhasilan mendatangkan banyak keuntungan. Pertukaran informasi tidak selalu dari produsen yang bergerak sebagai komunikator dalam bisnis, akan tetapi dari konsumen pun bisa menjadi sumber utama. Karena pelaku bisnis dapat mengembangkan usahanya atau membuka usaha baru akibat melihat minat masyarakat sering melakukan transaksi bisnis. Oleh karena hal tersebut pertukaran informasi diperlukan.

Pertukaran informasi terus berjalan lantaran adanya bujukan dalam bisnis. Dengan gaya komunikasi yang unik serta persuasif komunikasi dapat dilancarkan secara maksimal dan leluasa. Contoh konkrit yang terjadi bujukan dalam komunikasi bisnis adalah, iming-iming beli satu dapat gratis satu (*buy one get one free*), beli dua dapat dua plus satu free, bahkan bujukan yang terlihat tak masuk akal terjadi di dunia bisnis. Barang yang biasanya seharga normal 100 ribu, bisa dibandrol 300 ribu dengan iming-iming diskon 50% agar masyarakat tertarik membelinya. Padahal kalau ketahuan juga hal tersebut akan mengurangi kepercayaan konsumen dan bila kehilangan kepercayaan tinggal tunggu masanya untuk siap-siap mengalami kerugian besar bahkan kebangkrutan. Karena informasi tersebut dapat disebarkan dengan mudah melalui media komunikasi yang semakin canggih, bisa melalui pangkalan data atau situs resmi, dan lainnya. Lebih jauh lagi

konsumen dikhawatirkan menyebarkan informasi ke pada rekan-rekan lainnya bahwa bila berbelanja di toko sebelah harus hati-hati karena pernah menjadi korbannya. Bisa berbahaya juga apalagi sampai menyampaikan nama toko, merek, alamat, foto dan lain sebagainya secara spesifik.

Hal tersebut di atas tidak berhenti di situ saja bisa juga berimbas pada ketidakpercayaan kolega yang sudah dan akan bergabung. Bila mereka merasa tidak diperlakukan secara fair maka kepercayaan yang sudah dibangun sedari awal akan berimbas besar, yaitu ketidakpercayaan. Padahal dalam dunia bisnis kunci kesuksesan utama adalah kejujuran. Kejujuran akan mendatangkan kebahagiaan karena kejujuran tersimpan kebahagiaan. Semua proses dalam komunikasi bisnis landasan terpenting adalah kejujuran yang harus dijunjung tinggi dan menjadi sebuah kebutuhan yang tak boleh dilewati.

Komunikasi memang tidak bisa dibantah lagi sebagai sebuah kebutuhan melebihi kebutuhan primer bagi setiap individu maupun kelompok, organisasi, termasuk massa, bahkan bisnis sekalipun. Komunikasi selalu mendampingi kehidupan setiap individu. Komunikasi sekarang justru tidak hanya digunakan sebagai sebuah penyebaran informasi, pertukaran pesan, bahkan digunakan sebagai alat untuk meraup keuntungan yaitu dengan melakukan menggunakan kemahiran komunikasi bisnis.

Komunikasi bisnis dijadikan alat jitu untuk membujuk konsumen, klien, kolega dalam melancarkan tujuan bisnis. Perkembangan komunikasi bisnis semakin tak dapat dihindari bagi pelaku bisnis. Menjadikan kebutuhan mendasar adalah salah satu strategi penting mewujudkan cita-cita mendapatkan penghasilan lebih besar. Semua aktivitas tersebut dapat direalisasikan ketika ada lobi-lobi dalam atraksi bisnis.

Aktivitas bisnis semula hanya mengandalkan kekuatan manusia sebagai titik tumpu, akan tetapi dengan lahirnya

kecanggihan teknologi komunikasi informasi seperti sekarang hampir semua kegiatan komunikasi bisnis hijrah pada penggunaan media berbasis elektronik, terlebih yang melibatkan transaksi elektronik seperti perbankan, finance, data-data statistik, dan lain-lain.

Kecanggihan dan kemodernan sebuah teknologi ternyata tidak bisa mengalahkan manusia itu sendiri. Meskipun tidak sedikit masyarakat menyakini bahwa teknologi mengalahkan manusia dalam peran kecepatan menghitung angka-angka. Perlu diingat secara baik-baik dan seksama, awal terbentuknya teknologi yang menciptakan adalah manusia, bukan robot. Jadi, secara jelas pendapat tersebut sudah dapat dibantah. Karena tidak mungkin manusia sebagai pencipta mesin atau media berbasis elektronik kalah pada produk buaatannya.

Ada benarnya bila media elektronik yang difungsikan sebagai penyimpanan data adalah membantu memudahkan manusia dalam berkarya, beraktivitas, dan serta mengembangkan usaha komunikasi bisnis. Komunikasi berbasis elektronik memang mempermudah jangkauan relasi dan relasi tersebut tanpa batas sampai seluruh penjuru dunia.

Tidak terbatasnya media elektronik berbasis data tersebut tentu kalau dikawinkan dengan yang namanya internet. Akan tetapi bila media elektronik hanya berdiri sendiri tanpa dukungan jaringan internet maka komunikasi bisnis pun dapat dipastikan akan mengalami keterseokan-seokan. Dikenal sama secara kelompok, regional, nasional, apalagi sampai internasional pasti sangat sulit terwujudkan.

Jadi, keegoisan elektronik yang dianggap dapat mewakili kepentingan masyarakat dalam melakukan transaksi elektronik sekaligus penyimpan data maka tidak lagi banyak manfaatnya. Oleh karena itu, keharmonisan elektronik sangat ditentukan

juga dari jaringan internet sebagai penopang terbesar kerja mesin elektronik yang digunakan mempercepat dan memuluskan aktivitas komunikasi bisnis.

Satu hal lagi, para pelaku bisnis ternyata tidak bisa hidup dengan tenang meskipun data-datanya sudah merasa dapat diamankan melalui media elektronik. Karena dengan kecanggihan itu tadi ternyata ditemukan lagi sebagai pembobol data yaitu hacker. Pelaku bisnis agar benar-benar penyimpanan datanya secara steril maka lapisan keamanan harus menjadi syarat mutlak diperlukan. Secanggih apapun media elektronik bila ada orang berniat untuk membobolnya maka tidak kata tidak mungkin data tersebut dapat berpindah tangan. Inilah yang menjadi momok perhatian serius bagi pelaku bisnis serta pengguna elektronik data. Tidak sedikit berita dan atau terkait pembobolan bank, termasuk rekening nasabah terkuras habis tanpa ketahuan rekam jejaknya.

### **9.2.3 Tip Aman Berbisnis Menggunakan Data Elektronik**

Berbicara mengenai tips aman sebenarnya tidak ada yang menjamin keamanan secara 100% bila dalam dunia bisnis. Semua tentu ada resiko dan tingkat resikonya juga beragam bentuk. Tips ini setidaknya mengurangi atau bahkan meniadakan, mengikis kejanggalan yang mungkin selama ini masyarakat masih banyak mengalami kerugian. Atau semua orang pasti mengalami hal yang berbeda-beda dan unik dalam mengatasi kecurangan atau kegagalan dalam usaha bisnis, khususnya bila berbau data elektronik.

Tips aman dalam penggunaan data elektronik komunikasi bisnis. *Pertama* agar terhindar dari penjabolan kemanan data elektronik adalah jangan pernah *share password* kepada siapapun termasuk keluarga, karena besar kemungkinan mereka lupa dan pada akhirnya cerita pada orang lain nomor PINnya. Terkadang lebih parah lagi, nitip

minta tolong ambilkan uang atau tarik tunai yang mana kartu ATMnya dipasrahkan ke temannya serta diberitahukan nomor pinnya. Yakin, besar kemungkinan di sini masih banyak yang melakukan hal tersebut padahal seharusnya dihindari. Kalau ibarat hukum agama “haram hukumnya memberikan informasi nomor pin Anda”. Nomor PIN tiada lain merupakan kunci ibaratkan rumah. Sebesar, megah, dan sekokoh apapun bentuk bangunan akan mudah ditembus dan leluasa masuk bila kuncinya sudah berada di tangan. Oleh karena itu, larangan bertukar informasi terkait hal sensitif lebih-lebih data personal sangat dihindari. Apalagi pada rekan bisnis. Karena dalam bisnis banyak orang mengatakan, dalam dunia bisnis tidak ada kata saudara. *Business is business*. Bila Anda mencampurkan bisnis dengan persaudaran tunggu saja kehancurannya.

*Kedua*, ganti pin secara berkala sesuai dengan kebutuhan. Sering mengganti pin juga ada baiknya, agar para pencuri tidak leluasa masuk dalam perangkat tersebut. Contoh, konkrit sebenarnya dalam dunia usaha komunikasi bisnis saat Anda bertransaksi, tarik tunai dana yang terdapat di ATM maka setelah melakukan penarikan pasti di situ ada penawaran apakah Anda mau mengganti pin. Himbauwan tersebut sebenarnya merupakan bentuk komunikasi non verbal namun terus dipaparkan dalam menjaga keamanan dan hal tersebut sebenarnya merupakan bagian service bagi nasabah agar selalu berhati-hati saat melakukan transaksi. Namun, disadari atau tidak itu pasti pernah lalui bersama.

Lebih dari itu, meskipun sudah dianjurkan untuk menggantikan nomor pin tentu di dalam ruangan transaksi tersebut terpancar mata CCTV dari sudut-sudut dinding menyapu keseluruhan ruangan di lingkungan tertentu. Lagi-lagi tiada lain adalah untuk menjaga aktivitas keamanan nasabah melakukan transaksi serta penjagaan data diri. Penjagaan data



diri ketika penggantian pin pun di sana ada semacam verifikasi data, yang mencantumkan tanggal lahir dan tahun pengguna (konsumen). Betapa penting, berharga, dan betapa rahasianya data sehingga memang harus memerlukan pengamanan super ketat dan canggih, sehingga para oknum tidak dengan mudah mengintai masuk merusak sistem.

*Ketiga*, hindari memberikan data pribadi secara fulgar. Hal ini tentu, dikhawatirkan data penting tersebut jatuh ke pada orang yang tidak dapat dipercaya sehingga dapat disalahgunakan. Contoh, mungkin pernah mengalami mendapat telpon gelap yang mengaku dari salah satu bank atau instansi profesional dengan menanya nama lengkap, bahkan tanggal lahir dan lain sebagainya. Atau bahkan bermoduskan dalam telpon menjelaskan bahwa ada salah satu keluarganya kecelakaan di suatu tempat, yang mana salah satu keluarganya sudah dilarikan ke rumah sakit dan butuh biaya pengobatan dan harus segera ditransfer. Atau modus lain, seperti mendapatkan telpon dari alat elektronik lain yang mengumumkan bahwa dirinya mendapatkan hadiah kejutan bernilai ratusan juta rupiah, akan segera ditransfer bila sudah membayar pajak terlebih dahulu, dan masih banyak motif jahat lain yang perlu dan sangat diwaspadai dalam dunia komunikasi bisnis.

*Keempat*, jangan pernah percaya dengan iming-iming yang tidak masuk akal serta Anda sendiri belum pernah merasa tergabung di dalamnya. Apalagi iming-iming tersebut dari orang baru yang sebelumnya belum pernah Anda tahu seluk beluk kehidupan orang tersebut. Berpikirlah secara realistis pasti lebih manis, apalagi sekarang sudah masuk era bertumbuh kembangnya kemajuan teknologi informasi. Artinya, jangan pernah gampang tergiur dengan penawaran menggiurkan yang belum jelas juntrungannya. Karena banyak di luar sana orang pintar melobi serta sering melukai dan

merugikan banyak orang, terkadang dari orang-orang terdekat di sekitar sendiri yang tega melakukan hal keji. Dikenal dengan bahasa 'bermulut manis tapi berhati iblis'. Itulah serangkaian rayuan maut para oknum di dunia komunikasi bisnis yang tak bisa dipertanggungjawabkan perkataannya.

### 9.3 Kesimpulan

Melihat perkembangan teknologi komunikasi yang semakin hari seolah tidak dapat dihidari, terlebih bagi pelaku bisnis. Maka menggunakan teknologi sebagai media pendukung kelancaran aktivitas bisnis patut dicoba. Bila berkiblat pada kemajuan zaman yang menjerat masyarakat dengan berbagai perangkat keras dan lunak, seperti penyimpanan data semula dilakukan dengan secara konvensional (melalui tumpukan kertas) yang semua itu adalah memakan waktu yang tak lama, sekarang bisa dicoba dengan menggunakan penyimpanan data secara lebih elegan yaitu menggunakan media yang berbasis teknologi.

Hal perlu diingat juga dalam penggunaan teknologi yang serba canggih termasuk dalam kegiatan komunikasi bisnis adalah tetap harus berhati-hati. Karena meskipun segala bentuk komunikasi bisnis termasuk data tersimpan melalui elektronik masih terdapat kebocoran. Maka, patut rasanya memerhatikan empat poin yang telah disampaikan dalam pembahasan di atas seperti: jangan pernah *share password*, ganti pin secara berkala sesuai dengan kebutuhan, hindari memberikan data pribadi secara fulgar, jangan pernah percaya dengan iming-iming yang tidak masuk akal karena hal itu semua adalah peluang kebocoran data dalam komunikasi bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Basiroh. 2017. *Sistem Informasi Perpustakaan Sekolah Menengah Pertama Negeri Dua Karanganyar*. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2017*, 8–12.
- Febriadi, B., & Nasution, N. 2017. *Sosialisasi Dan Pelatihan Aplikasi Google Form Sebagai Kuisisioner Online Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan*. *INOVTEK Polbeng - Seri Informatika*, 2(1), 68. <https://doi.org/10.35314/isi.v2i1.119>
- Iswahyu Pranawukir dan Maria Jashinta Elisabet Hamboer. 2022. *Model Komunikasi Bisnis Jual Beli Buku Melalui Komunikasi Interpersonal dan Komunitas Grup Facebook*. *Jurnal Ikraith-Humaniora Vol 6 No. 2*. Juli.
- Izzati Gemi Seinsiani, Sungging Widagdo, dan Alif Putra Pratama. (2020). *Optimalisasi Directory System sebagai Upaya Peningkatan Manajemen Data Kerja Sama Fakultas Bahasa dan Seni*, Universitas Negeri Semarang. *Edu Komputika* 7 (2)
- Quick, D., & Choo, K. K. R. 2014. *Google Drive: Forensic analysis of data remnants*. *Journal of Network and Computer Applications*, 40(1), 179–193. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2013.09.016>
- Sambas Ali Muhidin, Winata, H., & Santoso, B. 2018. *Pengelolaan Arsip Digital*. *Pendidikan Bisnis & Manajemen*, 2(3), 425–426.
- Sugiharto, D. 2010. *Penyelamatan Informasi Dokumen/Arsip Di Era Teknologi Digital*. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 31(1), 51–64. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14203/j.baca.v31i1.96>