KOMUNIKASI BISNIS

Penulis
Hamdan Yazid, Khairunnas

KOMUNIKASI BISNIS

Copyright@2025

Penulis : Hamdan Yazid, Khairunnas
Editor : Herman Farmi
Ilustrasi : Khairunnas
Desain Sampul : Herman Farmi

Cetak Pertama, September 2025
viii, 145 Halaman : 15 x 24 Cm
ISBN :-

Penerbit:

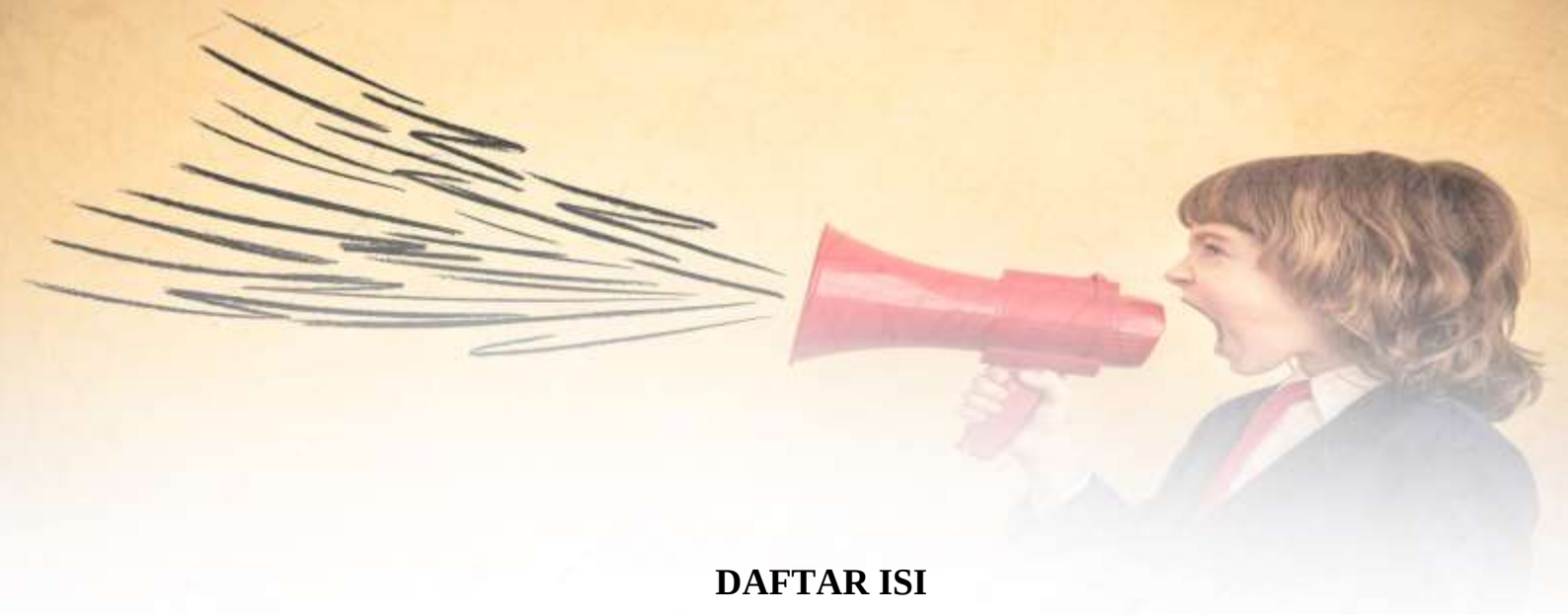
UNILAK PRESS
Jalan Yos Sudarso Km, 8. Rumbai, Pekanbaru
Telp : 0853-7869-2035
Email : Unilakpress@unilak.ac.id
Homepage : https://press.unilak.ac.id

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang.
Dilarang memperbanyak sebagian atas seluruh isi buku ini tanpa izin penulis dan penerbit.

KATA PENGATAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya buku ajar berjudul "Komunikasi Bisnis" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ajar ini disusun untuk mendukung proses pembelajaran mahasiswa dalam memahami konsep, teori, serta praktik komunikasi yang relevan dengan dunia bisnis, organisasi, dan profesi. Komunikasi bisnis dewasa ini tidak lagi dipahami sebatas proses penyampaian informasi, melainkan sebagai instrumen strategis dalam membangun citra, memperkuat kerja sama, meningkatkan efektivitas organisasi, serta mendukung pengambilan keputusan. Oleh sebab itu, penguasaan komunikasi bisnis menjadi kompetensi penting bagi mahasiswa maupun praktisi.Melalui buku ajar ini, penulis menyajikan uraian mengenai dasar-dasar komunikasi bisnis, fungsi dan bentuknya, keterampilan komunikasi lisan maupun tertulis, serta tantangan komunikasi di era digital. Penyajian dilakukan secara sistematis agar dapat menjadi referensi aplikatif sekaligus membekali mahasiswa dengan pengetahuan konseptual dan keterampilan praktis yang dibutuhkan di dunia kerja. Penyusunan buku ajar ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan masukan, referensi, dan motivasi selama proses penulisan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa buku ajar ini masih memiliki keterbatasan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan pada edisi mendatang. Semoga buku ajar ini dapat memberikan manfaat, memperluas wawasan, serta menjadi bekal yang berguna bagi mahasiswa dalam mempelajari dan menguasai komunikasi bisnis di era globalisasi.

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGATAR iv
DAFTAR ISI v
BAB 1 PENGANTAR KOMUNIKASI BISNIS DALAM KONTEKS AGRIBISNIS 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Definisi dan Ruang Lingkup Komunikasi Bisnis 2
1.2 Fungsi Komunikasi dalam Dunia Agribisnis 3
1.3 Ciri-ciri Komunikasi Bisnis yang Efektif 5
1.4 Perbedaan Komunikasi Bisnis dan Umum 6
1.5 Tantangan Komunikasi di Sektor Agribisnis 8
BAB 2 TEORI DAN MODEL KOMUNIKASI BISNIS 12
PENDAHULUAN 12
2.1 Komponen-Komponen Komunikasi 13
2.2 Model Komunikasi Linear, Interaktif, Transaksional 14
2.3 Hambatan-Hambatan Komunikasi 16
2.4 Etika Komunikasi dalam Dunia Usaha 17
2.5 Aplikasi Model Komunikasi dalam Proses Agribisnis 18
BAB 3 KOMUNIKASI TERTULIS DALAM BISNIS 22
PENDAHULUAN 22
3.1 Prinsip Komunikasi Tertulis Efektif 23
3.2 Surat Bisnis: Penawaran, Permintaan, dan Penagihan 24
3.3 Memo dan Laporan Bisnis Agribisnis 25
3.4 Penyusunan Proposal Usaha Tani yang Efektif dan Strategis 26
3.5 Email Profesional dan Format Elektronik 27

BAB 4 KOMUNIKASI LISAN DAN PRESENTASI BISNIS 31
PENDAHULUAN 31
4.1 Komunikasi Verbal dan Nonverbal 32
4.2 Teknik Wawancara dan Negosiasi Bisnis 33
4.3 Public Speaking dan Presentasi Usaha 34
4.4 Strategi Menyampaikan Gagasan di Forum Agribisnis 35
BAB 5 KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DAN TIM DALAM BISNIS 39
PENDAHULUAN 39
5.1 Hubungan Interpersonal dalam Dunia Kerja 40
5.2 Komunikasi Empatik dan Asertif 41
5.3 Kerjasama Tim dan Komunikasi Internal 43
5.4 Manajemen Konflik dalam Tim Agribisnis 44
5.5 Studi Kasus Kolaborasi dalam Koperasi Tani 46
BAB 6 KOMUNIKASI BISNIS DIGITAL DI ERA INDUSTRI 5.0 49
PENDAHULUAN 49
6.1 Transformasi Digital Komunikasi Bisnis 50
6.2 Penggunaan Media Sosial dan Marketplace 51
6.3 Aplikasi Komunikasi Bisnis Digital untuk Agribisnis 53
6.4 Manajemen Informasi dan Cyber Etiquette 54
6.5 AI dan Chatbot dalam Komunikasi Usaha Agribisnis 55
BAB 7 STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AGRIBISNIS 59
PENDAHULUAN 59
7.1 Perencanaan Komunikikasi Pemasaran Produk 60
7.2 Target Audience dan Pesan Pemasaran 61
7.3 Komunikasi Branding dan Promosi Produk Pertanian 62
7.4 Media Promosi Online dan Offline 64
7.5 Kampanye Digital Produk Agribisnis 65
BAB 8 KOMUNIKASI DALAM NEGOSIASI DAN PENAWARAN BISNIS . 69
PENDAHULUAN 69
8.1 Dasar-Dasar Negosiasi Bisnis 70
8.2 Strategi dan Gaya Negosiasi 71
8.3 Teknik Menyusun Proposal Penawaran 73
8.4 Etika dan Kontrak dalam Transaksi Agribisnis 74
8.5 Negosiasi Produk dengan Mitra dan Investor 76

BAB 9 KOMUNIKASI DALAM JARINGAN KERJA (NETWORKING) 79
PENDAHULUAN 79
9.1 Konsep Networking dalam Agribisnis 80
9.2 Komunikasi Profesional dengan Mitra dan Stakeholder 81
9.3 Membangun dan Memelihara Relasi Bisnis 83
9.4 Forum, Asosiasi, dan Event Agribisnis 84
9.5 Personal Branding dalam Komunitas Agribisnis 85
BAB 10 KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA DAN GLOBAL 89
PENDAHULUAN 89
10.1 Pentingnya Sensitivitas Budaya dalam Agribisnis 90
10.2 Strategi Komunikasi Internasional 91
10.3 Etiket Bisnis Multikultural 93
10.4 Studi Kasus Ekspor Produk Pertanian 94
10.5 Komunikasi Bisnis dalam Konteks Perdagangan Global 96
BAB 11 KOMUNIKASI KEUANGAN DAN LAPORAN BISNIS 100
PENDAHULUAN 100
11.1 Prinsip Transparansi Komunikasi Keuangan 101
11.2 Penyajian Laporan Keuangan Usaha Tani 102
11.3 Teknik Komunikasi Data dan Grafik Finansial 103
11.4 Menyusun Laporan kepada Investor dan Lembaga Keuangan 105
11.5 Komunikasi Risiko dan Perencanaan Modal 107
BAB 12 KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN DAN ORGANISASI 111
PENDAHULUAN 111
12.1 Gaya Kepemimpinan dalam Dunia Bisnis 112
12.2 Komunikasi Inspiratif dan Motivatif 113
12.3 Komunikasi Internal Organisasi Agribisnis 114
12.4 Delegasi dan Koordinasi Tim Usaha yang Efektif 116
12.5 Manajemen Rapat dan Keputusan Kolektif 117
BAB 13 ETIKA DAN HUKUM DALAM KOMUNIKASI BISNIS 120
PENDAHULUAN 120
13.1 Prinsip Etika Komunikasi Profesional 121
13.2 Kode Etik Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial 122
13.3 Komunikasi dan Perlindungan Konsumen 124
13.4 Hukum Informasi dan Kontrak Digital 126
13.5 Studi Kasus Pelanggaran Etika Komunikasi 127

BAB 14 SIMULASI DAN PRAKTIK KOMUNIKASI BISNIS AGRIBISNIS 131
PEDAHULUAN 131
14.1 Simulasi komunikasi 132
14.2 Roleplay Negosiasi dan Wawancara Kerja 133
14.3 Penyusunan Proposal dan Presentasi Proyek Usaha 135
14.4 Evaluasi Kinerja Komunikasi Mahasiswa..... 137
14.5 Portofolio Digital dan Refleksi Praktik Komunikasi 139
BAB 15 PENUTUP..... 142
KESIMPULAN 143
DAFTARA PUSTAKA 144
RIWAYAT PENULIS 145

