



Mengoptimalkan Efektivitas Komunikasi Bisnis Internal Dan Eksternal Untuk Peningkatan Kinerja Organisasi

Dian Mei Suri¹, Nurul Amelia Pratiwi Ritonga², Thalia Anandani³, Suhairi⁴
^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: dmeisuri18@gmail.com¹, Nurulameliapratiwi@gmail.com², thaliaanandani@gmail.com³,
suhairi@uinsu.ac.id⁴

ABSTRACT

Effective business communication is an important key in achieving strategic goals and has a role to improve organizational performance. This journal aims to analyze the importance of effective business communication, both internally and externally. This journal discusses the meaning of internal and external business communication, challenges in internal and external business communication that may be faced by organizations during the process of implementing effective business communication, the impact of ineffective business communication on the organization, this aims to increase awareness for the organization to understand how important effective business communication is, and the last is the recommended strategy to deal with challenges and obstacles that may occur during the process of implementing effective business communication.

Keywords: Internal and external business communication, effective business communication, organizational performance

ABSTRAK

Komunikasi bisnis yang efektif merupakan kunci penting dalam mencapai tujuan strategis dan memiliki peran untuk meningkatkan kinerja organisasi. Jurnal ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya komunikasi bisnis yang efektif, baik dalam ruang lingkup internal maupun eksternal. Jurnal ini membahas tentang pengertian komunikasi bisnis internal dan eksternal, tantangan dalam komunikasi bisnis internal dan eksternal yang mungkin akan dihadapi oleh organisasi dalam selama proses implementasi komunikasi bisnis yang efektif, dampak komunikasi bisnis yang kurang efektif terhadap organisasi, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran kepada organisasi untuk memahami seberapa penting komunikasi bisnis yang efektif, dan yang terakhir adalah strategi yang direkomendasikan untuk menghadapi tantangan serta hambatan yang mungkin terjadi selama proses implementasi komunikasi bisnis yang efektif.

Kata Kunci: Komunikasi Bisnis Internal dan eksternal, Komunikasi bisnis efektif, Kinerja organisasi

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan salah satu aspek kritis dalam mencapai kesuksesan dan keberlangsungan suatu organisasi di era globalisasi saat ini. Komunikasi merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk menyampaikan terkait informasi, ide, pemikiran, dan sikap yang ditujukan kepada pendengar (Rumanti, 2002). Untuk menerapkan komunikasi yang efektif di era globalisasi yang berjalan dengan cepat, setiap organisasi dapat meningkatkan pemahaman mendalam terkait dengan komunikasi bisnis internal dan eksternal. Komunikasi internal dan eksternal merupakan bagian dari komunikasi bisnis yang saling berhubungan dalam mencapai keberhasilan bisnis dan organisasi.

Di era globalisasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berlangsung dengan sangat cepat, memberikan tuntutan kepada setiap organisasi untuk memiliki kemampuan beradaptasi, berkembang, dan bertahan di tengah-tengah persaingan yang cukup ketat dengan para kompetitor lainnya. Dalam konteks ini, penting bagi setiap organisasi untuk memiliki sistem komunikasi yang efektif, baik komunikasi internal maupun eksternal.

Manajemen komunikasi perusahaan dianggap sebagai kunci strategi manajerial, karena memiliki peran penting dalam menyiratkan pemilihan pesan yang terkait dengan visi dan misi perusahaan, berbagai sudut pandang, kemudian mengirimkannya ke pihak yang bersangkutan. Manajemen komunikasi juga sangat identik dengan interaksi sosial (Hasmawati, 2018). Manajemen komunikasi selalu berada di dalam dan di antara sistem sosial. Dalam manajemen komunikasi perlu dilakukan peningkatan potensi kepada seluruh aspek organisasi secara menyeluruh dalam menyampaikan pesan baik secara internal maupun eksternal. Oleh karena itu, setiap organisasi perlu memahami dan mempelajari manajemen komunikasi baik secara internal dan eksternal demi mencapai tujuan organisasinya.

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dan hambatan dalam komunikasi bisnis internal dan eksternal yang dihadapi oleh organisasi, menyajikan dampak dari komunikasi bisnis yang kurang efektif terhadap kinerja organisasi, dan menyajikan rekomendasi serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan komunikasi bisnis yang mampu memberikan dukungan peningkatan kinerja dan daya saing organisasi.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah segala hal yang dilakukan peneliti untuk menghimpun informasi relevan terkait dengan topik maupun masalah yang sedang diteliti (Syaibani, 2012). Riset pustaka ini memanfaatkan sumber yang berasal dari perpustakaan untuk mendapatkan data yang relevan untuk penelitiannya (Zed, 2008). Informasi dalam studi pustaka didapatkan melalui buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis, disertasi, ketetapan-ketetapan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lainnya (Azizah dan Purwoko, 2017). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber literature relevan seperti jurnal dan buku yang berkaitan dengan topik pembahasan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi, dengan mencari dan mengumpulkan variabel berupa catatan, buku, artikel, jurnal, dan sebagainya (Arikunto, 2002). Dalam penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data berupa analisis isi untuk mendapatkan inferensi yang valid, kemudian dapat diteliti ulang sesuai dengan konteksnya (Krippendoff, 1993). Dalam analisis penelitian ini juga melakukan kegiatan berupa membandingkan, menggabungkan, memilah berbagai pengertian, hingga ditemukan data yang relevan (Sabarguna, 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Bisnis Internal dan Eksternal

Dalam menjalankan sebuah organisasi atau bisnis memerlukan komunikasi sebagai alat komunikasi pribadi, kelompok, hingga massa. Pada dasarnya, manusia merupakan makhluk sosial yang menggunakan komunikasi dalam membangun dan mengembangkan hubungan, jaringan, dan keterkaitan antara satu dengan yang lainnya dalam konteks yang berbeda (Rozalina, 2020). Komunikasi berlangsung secara satu arah dan dua arah.

Komunikasi adalah suatu tindakan oleh seseorang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan terdistorsi oleh sebuah gangguan (*noise*) yang terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh serta memiliki kesempatan untuk melakukan umpan balik (Triningtyas, 2016). Dalam berkomunikasi diperlukan keterampilan untuk menciptakan komunikasi efektif. Komunikasi yang efektif akan memberikan kemudahan dalam mencapai suatu tujuan. Dalam menjalankan sebuah bisnis diperlukan komunikasi bisnis yang baik. Komunika**is** bisnis terbagi menjadi dua jenis yaitu komunikasi bisnis internal dan komunikasi bisnis eksternal.

Komunikasi bisnis internal merupakan komunikasi yang terjadi antara individu satu dengan individu lainnya dalam organisasi atau perusahaan. Komunikasi bisnis internal ini terbagi menjadi 4 bagian, yaitu:

1. *Downward communication*

Komunikasi ini terjadi antara atasan dengan bawahannya berhubungan dengan tugas serta tanggung jawab dalam menjalankan wewenang berorganisasi. Tujuannya dengan memberikan penghargaan, memberikan informasi dan argumentasi (Suryana dkk, 2021).

2. *Upward communication*

Aliran komunikasi ini berasal dari bawahan kepada atasan yang bentuknya berupa apresiasi dan rasa kepercayaan.

3. *Horizontal communication*

Komunikasi ini dilakukan oleh individu satu dengan individu lainnya yang memiliki posisi yang sejajar di dalam organisasi mereka. Contohnya berupa persuasi dan berbagi informasi.

4. *Diagonal communication*

Komunikasi dengan melibatkan dua tingkat organisasi berbeda. Aliran komunikasi ini terjadi dalam lingkungan organisasi besar yang saling bergantung.

Komunikasi bisnis eksternal merupakan komunikasi yang terjadi di luar organisasi dengan melibatkan pihak-pihak di luar lingkungan perusahaan. Komunikasi ini merupakan kunci keberhasilan dalam menjalin hubungan dengan organisasi lain untuk melakukan kolaborasi sehingga organisasi yang dijalankan dapat berkembang.

Tantangan dalam Komunikasi Bisnis Internal dan Eksternal

Setiap organisasi perlu mengenali dan memiliki strategi dalam mengatasi tantangan-tantangan yang akan dihadapi sehingga organisasi dapat meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis yang dimilikinya. Oleh karena itu, sebelum menentukan strategi yang akan diterapkan, setiap organisasi harus mengetahui beberapa kemungkinan yang dapat menjadi tantangan maupun hambatan dalam komunikasi bisnis internal maupun eksternal. Berikut adalah beberapa tantangan dalam komunikasi bisnis internal dan eksternal:

1. Tantangan dalam komunikasi bisnis internal

Berikut adalah beberapa tantangan yang mungkin dapat terjadi dalam menerapkan komunikasi bisnis internal yang efektif:

- a. Silo informasi: Silo informasi merupakan situasi yang menyebabkan informasi tidak terbagi secara efektif dan merata di antara berbagai departemen atau tim dalam organisasi. Terjadinya silo informasi memberikan dampak negatif dalam organisasi seperti menyebabkan redundansi, kebingungan, dan menghambat kolaborasi ataupun kerjasama tim.
- b. Komunikasi bisnis tidak jelas: Ketidakjelasan dalam menyampaikan pesan kepada para karyawan di dalam suatu organisasi merupakan hal yang harus dihindari. Ketidakjelasan dalam menyampaikan pesan dapat menimbulkan kesalahpahaman dan kesalahan interpretasi antar karyawan, lalu menyebabkan redundansi serta kebingungan.
- c. Komunikasi vertikal yang terhambat: Komunikasi vertikal merupakan sebuah kunci penting bagi seorang pemimpin untuk mengetahui apakah karyawannya mengerti terhadap pesan yang disampaikan (Rumanti, 2002). Komunikasi vertikal yang terhambat akan memberikan rasa tidak nyaman kepada karyawan dikarenakan karyawan merasa tidak didengar sehingga menimbulkan ketidakpuasan dan kurangnya partisipasi karyawan di dalam organisasi.
- d. Perbedaan budaya organisasi: Perbedaan budaya organisasi dapat menimbulkan hambatan dan tantangan dalam menciptakan komunikasi bisnis yang efektif.
- e. Komunikasi krisis: Komunikasi krisis merupakan upaya seseorang untuk membangun kembali komunikasi yang sebelumnya telah mengalami kegagalan (Korniawan dan R, 2019)

Adapun untuk tantangan yang mungkin akan dihadapi dalam komunikasi bisnis eksternal adalah sebagai berikut:

- a. Kesulitan menjangkau target audiens: Di era informasi yang padat, menjangkau target audiens yang tepat serta menyampaikan pesan yang tepat menjadi sebuah tantangan. Perusahaan dituntut untuk menyampaikan pesan dengan informasi relevan sehingga mampu menarik pemangku kepentingan eksternal.
- b. Persaingan informasi: Dalam lingkungan bisnis yang begitu kompetitif memberikan tantangan kepada perusahaan untuk membuat pesan perusahaan menonjol dan diperhatikan.
- c. Pemahaman kultural: Dalam suatu organisasi setiap individu berasal dari latar belakang budaya yang berbeda-beda. Perbedaan latar belakang budaya yang berbeda menjadi sebuah tantangan dalam menciptakan keselarasan dan komunikasi bisnis yang efektif. Oleh

karena itu, dalam kasus ini maka setiap individu di dalam organisasi penting untuk memiliki sikap saling menghargai.

- d. Krisis reputasi: Perusahaan yang sedang menghadapi krisis dan skandal akan menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut.
- e. Perubahan regulasi: Perubahan regulasi atau kebijakan pemerintah mempengaruhi cara komunikasi perusahaan dengan para pemangku kepentingan eksternal.

Dampak Komunikasi Bisnis yang Kurang Efektif terhadap Kinerja Organisasi

Komunikasi merupakan sarana bagi perusahaan untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung terkait dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut (Kotler, 2006). Sebuah perusahaan dapat menerapkan komunikasi bisnis yang efektif agar dapat beradaptasi dengan cepat di era teknologi komunikasi yang berkembang dengan pesat. Dalam konteks komunikasi bisnis yang efektif, terdapat argumentasi ilmiah pada negara berkembang, termasuk Indonesia. Efektivitas komunikasi bisnis di negara-negara berkembang memberikan beberapa kritik yang berhubungan dengan faktor-faktor yang menjadi kendala distorsi, Namun, beberapa para ahli berpendapat bahwa kendala ini tidak akan mengurangi pelaksanaan komunikasi bisnis dan komunikasi yang harus bermanfaat bagi semua perusahaan, termasuk Indonesia yang merupakan salah satu dari negara berkembang (Misbach, 2016).

Suatu organisasi yang tidak dapat menerapkan komunikasi bisnis dengan efektif akan memberikan dampak negatif bagi organisasinya. Kurangnya komunikasi yang efektif akan menimbulkan berbagai masalah yang mengganggu permasalahan baik secara internal maupun eksternal. Berikut adalah beberapa dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari komunikasi bisnis yang kurang efektif:

1. Penurunan produktivitas karyawan: Ketidakjelasan dalam berkomunikasi akan menimbulkan kesalahan dan kebingungan antar karyawan sehingga terjadi hambatan dalam proses pengembangan organisasi.
2. Konflik internal: Konflik internal dalam suatu organisasi akan mengganggu kerjasama, menghambat kolaborasi, dan mengarah kepada ketegangan organisasi. Kurangnya komunikasi bisnis ini disebabkan karena kurangnya komunikasi yang terbuka dan transparan.

3. Kehilangan peluang bisnis eksternal: Kasus ini dapat menghilangkan peluang bisnis bagi perusahaan. Komunikasi yang buruk dengan para pemangku kepentingan eksternal akan memberikan dampak negatif bagi perusahaan.
4. Reputasi yang buruk: Komunikasi yang buruk dengan pemangku kepentingan eksternal akan memberikan citra maupun reputasi yang buruk bagi organisasi.
5. Karyawan enggan berbagi informasi: Jika terjadi komunikasi yang tidak memberikan dukungan kepada budaya yang terbuka dan kolaboratif, maka karyawan enggan untuk melakukan komunikasi berbagi informasi dengan karyawan lainnya. Hal ini tentu akan menghambat aliran informasi dan penyampaian ide-ide lainnya yang seharusnya mampu memberikan dukungan inovasi dan pengambilan keputusan yang tepat.
6. Pengulangan kesalahan dan kegagalan proyek: Komunikasi yang tidak efektif akan menghambat penyampaian komunikasi kepada pihak yang tepat, sehingga terjadi pengambilan keputusan yang buruk, proyek gagal, dan kesalahan terulang.
7. Kurangnya keterlibatan karyawan: Karyawan yang kurang terlibat dalam organisasi akan berdampak terhadap penurunan kinerja karyawan. Kinerja (prestasi kerja) merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang telah diberikan kepadanya (Supatmi dkk, 2013).

Strategi Komunikasi Bisnis Efektif

Dalam organisasi tentu terjadi hambatan-hambatan yang harus dihindari dalam konteks komunikasi bisnis yang efektif. Berikut beberapa strategi komunikasi bisnis efektif:

1. Memahami audiens: Memahami audiens akan memberikan kemudahan dalam menyampaikan pesan. Memahami audiens merupakan langkah pertama yang dapat diterapkan dalam menciptakan komunikasi bisnis yang efektif. Strategi ini dilakukan dengan melakukan identifikasi merek, preferensi komunikasi, dan menggunakan bahasa yang tepat dalam menyampaikan pesan.
2. Jelas dan tepat sasaran: Komunikasi yang efektif dapat tercipta jika pesan yang disampaikan tidak bertele-tele dan memiliki tujuan yang jelas. Strategi ini diharuskan untuk menghindari bahasa-bahasa yang akan sulit dimengerti oleh audiens.
3. Komunikasi dua arah: Komunikasi ini dilakukan dengan melibatkan karyawan dan pemangku kepentingan eksternal untuk berpartisipasi dalam menyampaikan pendapatnya.

4. Saluran komunikasi yang tepat: Penyampaian pesan dapat disesuaikan dengan kondisi. Organisasi dapat menyampaikan pesan dengan melalui gmail, rapat tatap muka, media sosial, dll.
5. Konteks komunikasi: Sebelum melakukan komunikasi, seorang komunikator harus memperhatikan situasi, kondisi, dan tempat ketika menyampaikan pesan.
6. Menggunakan visualisasi: Komunikasi bisnis akan menarik bagi para audiens jika disampaikan dengan gambar dan grafik. Selain menarik, hal ini juga dapat memberikan kemudahan kepada para audiens untuk memahami pesan yang disampaikan.
7. Evaluasi dan pengukuran: Evaluasi dilakukan pada strategi komunikasi yang diimplementasikan dan mengukur dampak terhadap kinerja organisasi.

KESIMPULAN

Komunikasi bisnis efektif merupakan pilar utama dalam meningkatkan kinerja dan kesuksesan organisasi. Komunikasi bisnis memiliki peran yang cukup penting dalam menciptakan kolaborasi, koordinasi, dan sinergi antar karyawan sehingga menciptakan hubungan kerjasama yang baik dengan para pemangku kepentingan eksternal. Dalam mengimplementasikan komunikasi bisnis efektif, kerap sekali terjadi beberapa tantangan yang dapat menghambat komunikasi bisnis efektif. Namun, tantangan dalam mengimplementasikan komunikasi bisnis yang efektif dapat diatasi dengan strategi yang tepat. Organisasi harus mampu menciptakan komunikasi yang efektif baik secara internal maupun eksternal, sehingga kinerja organisasi dapat meningkat.

DAFTAR REFERENSI

- Rumanti, Maria Assumpta. "Konsep Dasar Public Relations." Yogyakarta: Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi (2001).Triningtyas, Diana Ariswanti. Komunikasi antar pribadi. CV. AE MEDIA GRAFIKA, 2016.
- Suryana, Nia Kurniasih, Ahmad Mubarak, and Muhammad Arbain. Komunikasi Bisnis: Konstruksi Teoretis dan Praktis. Syiah Kuala University Press, 2021.
- Rumanti, M.A. (2002). Dasar-Dasar Public Relatios: Teori dan Praktik. Jakarta: Grasindo
- Syaibani, R. 2012. Studi Kepustakaan
- Zed, Mestika. Metode penelitian kepustakaan. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008.
- Azizah, Ainul. Studi kepustakaan mengenai landasan teori dan praktik konseling naratif. Diss. State University of Surabaya, 2017.
- Pasar, Melalui Riset Ekuitas, P. Merek, and M. Pasar. "Arikunto, Suharsimi, 2002, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Rineka Cipta, Jakarta." Jurnal EMBA 1.3 (2013).
- Krippendoff, Klaus. 1993. Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi. Jakarta: Citra Niaga Rajawali Press.
- Sabarguna, B. S. "Analisis Data pada Penelitian Kualitatif. Edisi Pertama." (2005).
- Korniawan, R. (2019). Kreativitas Komunikasi Bagi GPR di dalam Komunikasi Krisis. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia
- Misbach, Irwan. "Dampak Komunikasi Bisnis terhadap Kinerja Organisasi di Perusahaan." Jurnal Dakwah Tabligh 17.1 (2016): 13-25.
- Supatmi, Mamik Eko, Umar Nimran, and Hamidah Nayati Utami. "Pengaruh pelatihan, kompensasi terhadap kepuasan kerja karyawan dan kinerja karyawan." Profit: Jurnal Administrasi Bisnis 7.1 (2013).