



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

PIDATO, PRESENTASI, RAPAT DAN NEGOSIASI BISNIS

Pertemuan 13

PIDATO

- Pidato → aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang pada sekelompok orang yang bertujuan memberikan pengarahan atau sambutan.
- Secara sosiologis, orang yang melakukan pidato adalah orang mempunyai kekuasaan atau orang yang dianggap penting dalam suatu organisasi
- Pidato = retorika.
- Dalam komunikasi bisnis, pidato biasanya disampaikan oleh pimpinan suatu perusahaan.

TUJUAN PIDATO BISNIS

1. Menyampaikan informasi dari atasan ke bawahan
2. Mempengaruhi orang lain agar mau mengikuti arahan atau kebijakan pimpinan
3. Memberikan kepercayaan pada pimpinan perusahaan, Dimana hanya satu orang saja yang perlu melakukan orasi atau pidato.
4. Sebagai sarana komunikasi dalam suatu organisasi

JENIS-JENIS PIDATO

1. Pidato Impromptu
2. Pidato Manuskrip
3. Pidato Memoriter
4. Pidato Ekstempore

1. Pidato Impromptu

- Pidato impromptu → penyampaian pidato tanpa persiapan naskah, catatan kecil, atau menghafal sebelumnya. Penyampiannya bersifat dadakan. Penyampai pidato / orator langsung berbicara sesuai apa yang ia tahu dan terlintas di benaknya
- Dalam hal ini, orator yang dipilih adalah orang yang dianggap mampu dan mengetahui kondisi perusahaan/ organisasi secara mendalam, sehingga tanpa melakukan persiapan, orator mampu memberikan pidato yang berisikan informasi-informasi yang dianggap perlu dan penting untuk disampaikan.

2. Pidato Manuskrip

- Disebut juga dengan **pidato naskah** karena sang orator berbicara berdasarkan naskah yang telah disusunnya dari awal hingga akhir.
- Bisa dikatakan sang orator akan “membaca pidato” yang terdapat dalam naskah.
- Pidato manuskrip ini harus dilakukan apabila sang orator ingin mengurangi kesalahan yang mungkin timbul saat berbicara.

3. Pidato Memoriter

- Pidato memoriter → jenis pidato dimana orator menghafal naskah pidatonya.
- Jenis pidato ini dipilih karena orator memiliki kemampuan yang lebih dalam menghafal naskah pidato dan bisa memilih kata-kata yang tepat saat hendak berpidato.

4. Pidato Ekstempore

- Pidato ekstempore → pidato yang disampaikan oleh orator yang telah berpengalaman.
- Dalam penyampaian orator dapat berimprovisasi dan melakukan komunikasi yang lebih dekat dengan audiens.
- Pidato ekstempore disampaikan secara lisan dan hanya berupa garis besar (*outline*) dan pokok-pokok penunjang saja (*supporting points*) dari hal-hal yang dianggap penting untuk disampaikan.
- Pidato jenis ini lebih komunikatif karena telah dipersiapkan sebelumnya dan ketika disampaikan hanya point penting saja dengan berbagai penambahan susunan kalimat agar tidak menimbulkan kebosanan audiens saat orasi dilakukan.

Presentasi Bisnis

- Secara umum, Presentasi Bisnis → kegiatan untuk menyampaikan ide atau gagasan bisnis yang disampaikan secara langsung dan dihadiri oleh stakeholder yang terkait.
- Menurut Priyatna & Ardianto (2009), presentasi adalah menjual gagasan (*selling ideas*), yaitu komunikasi praktis yg bersifat informatif dan persuasif dengan menguraikan informasi secara jelas dan disertai suatu ajakan agar pesan/ide/gagasan itu diterima orang banyak.
- Dalam presentasi bisnis, audiens biasanya sudah siap mendengarkan materi ataupun informasi yang disampaikan presenter.
- Presentasi bisnis merupakan komunikasi bisnis yang bersifat formal

- Kegiatan presentasi bisnis dapat berupa:
 - Laporan kemajuan
 - Wawancara media
 - Presentasi penjualan
 - Proposal proyek
 - Dan lain-lain

TUJUAN PRESENTASI

1. Presentasi Informatif → untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada audiens, untuk mendapatkan umpan balik. Presentasi jenis ini biasanya banyak memberikan data dan informasi.
2. Presentasi Persuasif → untuk mengajak audiens melakukan sesuatu atau percaya terhadap sesuatu sesuai yang dikehendaki presenter.
3. Menghibur pendengar → melakukan pembicaraan yang sifatnya menghibur tetapi relevan dan profesional sehingga audience dapat menikmati acara tersebut.
4. Memperkenalkan diri → digunakan ketika melakukan wawancara, seperti seseorang yang melamar pekerjaannya kemudian ia memperkenalkan dirinya dengan menyebutkan data pribadi dan daftar riwayat hidupnya kepada pihak yang menanyakan.

STRUKTUR PRESENTASI

- **Introduksi (awalan)**
 - Anda melakukan kontak dengan *audience*
 - Anda memperkenalkan pokok pembicaraan Anda dan menyatakan tema utamanya
- **Pengembangan (tengah)**
 - Anda menjelaskan tema utama tadi secara mendetail
 - Mengembangkan tema utama, serta
 - Argumen-argumen bagi tema utama itu
- **Kesimpulan (akhir)**
 - Anda merangkumkan tema utama
 - Memberikan rekomendasi (bila diperlukan)

PERSIAPAN PRESENTASI BISNIS

- Menurut Purwanto (2005:236) persiapan dalam presentasi bisnis meliputi:
 1. Penguasaan terhadap topik atau materi yang akan dipresentasikan
 2. Penguasaan dan pemanfaatan berbagai alat bantu presentasi
 3. Menganalisis audiens yang akan melihat dan mendengarkan presentasi
 4. Menganalisis lingkungan lokasi atau tempat presentasi

1. Penguasaan terhadap Topik atau Materi yang akan Dipresentasikan

- Penguasaan terhadap materi yang akan dipresentasikan agar diperoleh tujuan yang ingin disampaikan kepada audiens dapat mencapai sasaran.
- Apakah capaian/tujuan dari pemaparan materi terpenuhi?
- Gambaran Positif atau Negatif di mata audiens?

2. Alat Bantu Presentasi

Macam-macam Alat Bantu Presentasi:

- a. Objek/Model
- b. Gambar/Foto
- c. Grafik/Chart
- d. Video
- e. Presentasi Multimedia
- f. Bahasa Tubuh

Manfaat Alat Bantu Presentasi

1. Membuat audiens lebih tertarik dengan pesan, mudah menangkap pesan dan lebih lama bertahan di ingatan
2. Membuat pembicara terlihat lebih siap, kredibel dan profesional
3. Meningkatkan *persuasiveness*
4. Membantu mengurangi/melawan demam panggung, karena akan menjaga ketertarikan audiens dan mengalihkan fokus utama audiens

a. Objek/Model

- Penggunaan objek/alat peraga adalah cara terbaik untuk memperjelas ide dan memberikan efek yang dramatis



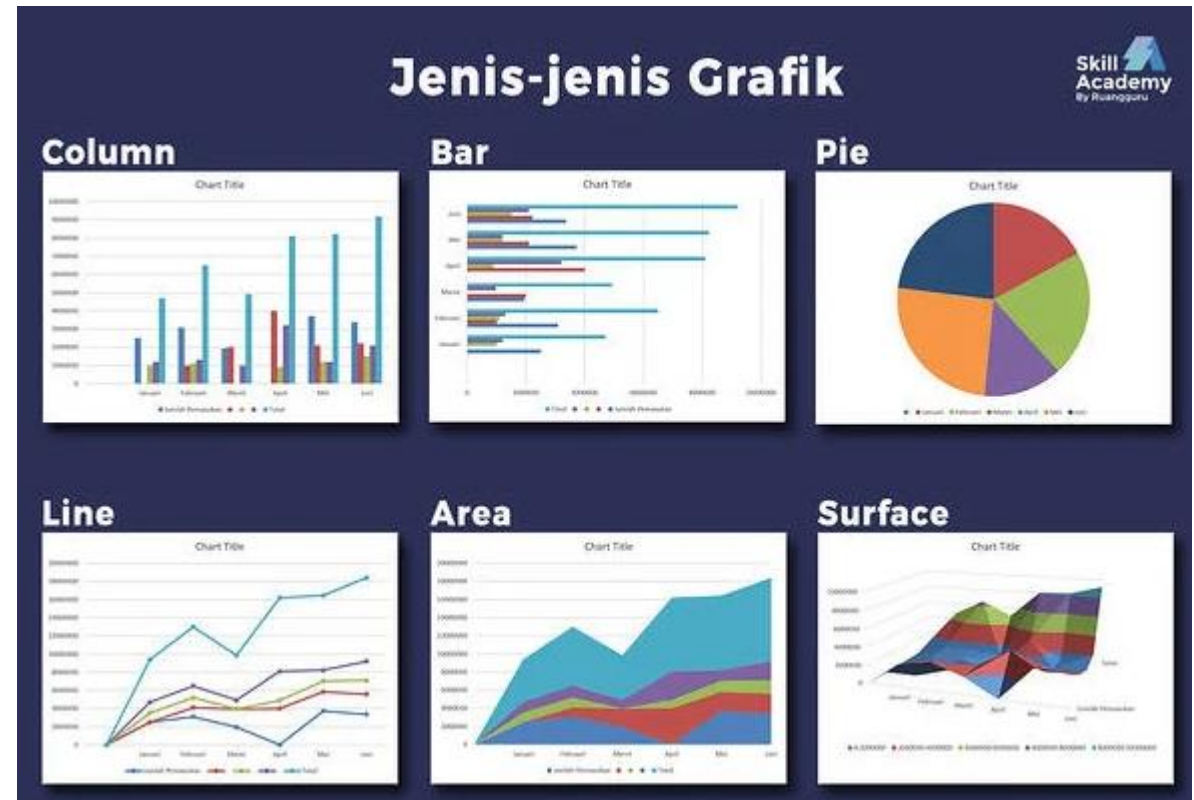
b. Gambar/Foto

- Jika objek terlalu besar/kecil, maka dapat digantikan dengan gambar atau foto untuk mengilustrasikan pesan yang ingin disampaikan
- Gambar/foto bisa dimasukkan dalam slide presentasi



c. Grafik/Chart

- Alat bantu visual untuk menunjukkan data statistik
- Memudahkan audiens mengerti akan data yang disajikan dalam presentasi



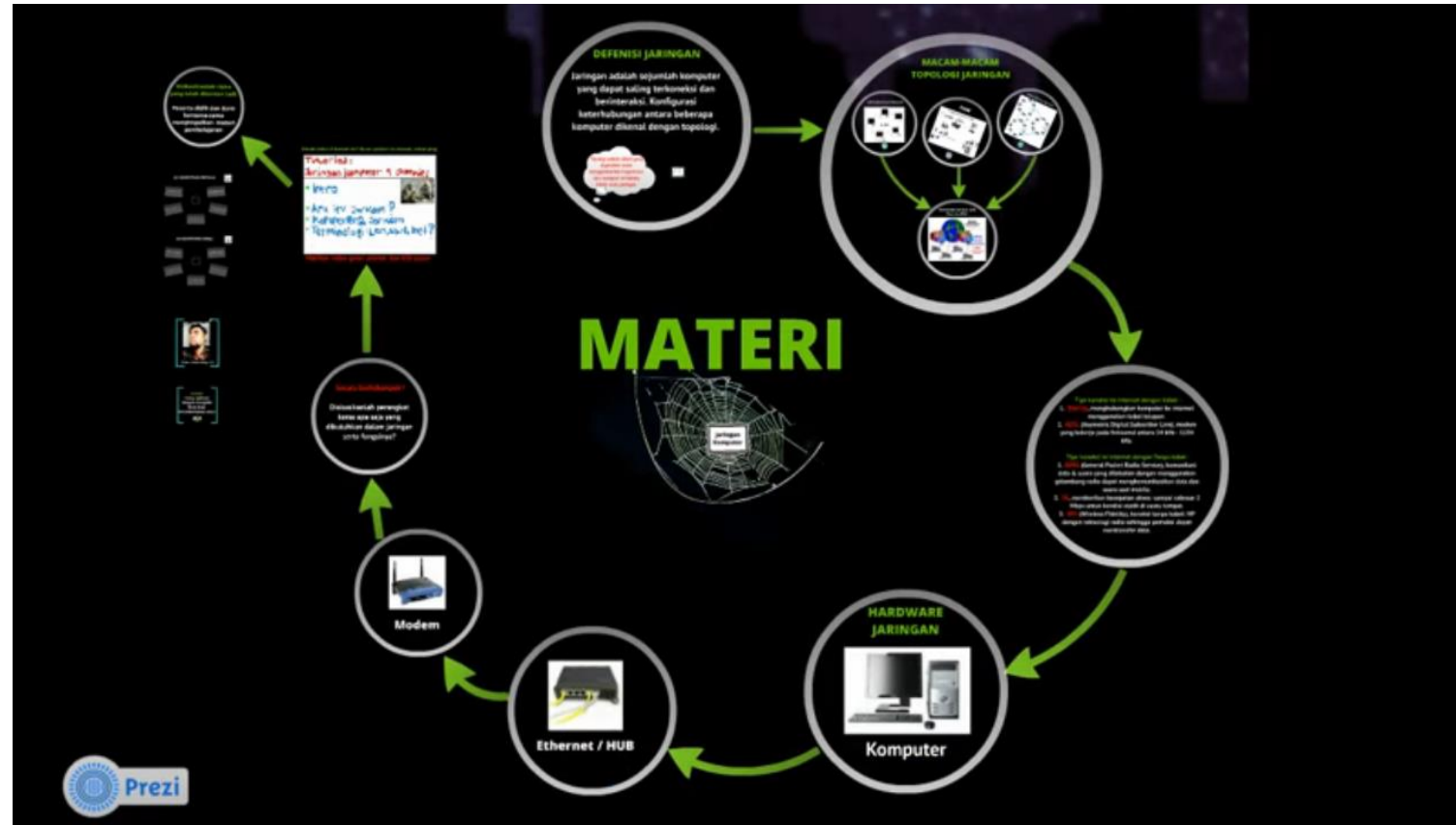
d. Video

- Pastikan durasi video tidak terlalu panjang
- Putar video pada saat yang tepat
- Jika diperlukan, edit video sesuai kebutuhan untuk menyesuaikan pidato Anda
- Perhatikan resolusi video



e. Presentasi Multimedia

- Presentasi multimedia dimungkinkan untuk mengintegrasikan beragam alat bantu meliputi tabel, grafik, foto dan video dalam satu percakapan yang sama
- Ms. Powerpoint, Prezi, Google Slide, Zoho Show



f. Bahasa Tubuh

- Pembicara dapat menggunakan tubuhnya sendiri sebagai alat bantu
- Salah satu keunggulan dalam presentasi bisnis adalah adanya komunikasi nonverbal
 - Ekspresi wajah → menunjukkan perasaan seperti sedih, senang, marah
 - Jangan menggunakan tekanan suara atau ekspresi wajah yang bertentangan dengan kata-kata yang anda ucapkan dan yang memberi kesan berbeda
 - Senyuman → tersenyumlah secara wajar dan jangan berlebihan
 - Gerakan anggota tubuh → tangan, bahu, kepala memperlihatkan tekanan pada apa yang ingin kita sampaikan.
 - Kontak mata
 - Cara berdiri

3. Analisis Audiens

- Dalam menganalisis audiens seorang pembicara harus mampu menjawab enam pertanyaan mendasar berikut:
 1. Siapa audiensnya?
 2. Apa yang diinginkan audiens?
 3. Dimana melakukan presentasi?
 4. Kapan melakukan presentasi?
 5. Mengapa melakukan presentasi?
 6. Bagaimana melakukan presentasi?

4. Analisis Lingkungan Lokasi

- Peninjauan lokasi diperlukan guna:
 - Mengetahui secara mendalam kesiapan alat presentasi seperti ketersediaan sound system, papan tulis, flipchart, komputer, laser pointer, proyektor, monitor, dll.
 - Mengatur tempat duduk dan tata letaknya, ruangan ber-AC atau tidak, tata lampu, podium, posisi layar (*screen*), posisi proyektor, dll.

Forum Presentasi

1. **Konferensi** → media komunikasi tatap muka yang memberikan suatu kemungkinan mencapai pemahaman bersama yang tidak mungkin dicapai melalui komunikasi secara tertulis.
2. **Simposium** → pertemuan yang diselenggarakan untuk mendengarkan pendapat para ahli mengenai suatu masalah dalam bidang tertentu.
3. **Diskusi panel** → diskusi yang dilakukan oleh sekelompok orang yang membahas suatu topik yang menjadi perhatian umum dihadapan hadirin, pendengar , atau pemirsa [siaran TV]
4. **Seminar** → pertemuan para pakar yang berusaha mendapatkan kata sepakat mengenai suatu masalah.
5. **Lokakarya (*workshop*)** → pertemuan para pakar yang membahas suatu karya
6. **Kongres** → rangkaian pertemuan para wakil organisasi untuk mendiskusikan dan mengambil keputusan mengenai suatu masalah
7. **Santiaji** → pertemuan yang diselenggarakan untuk memberikan pengarahan singkat menjelang pelaksanaan suatu kegiatan.

RAPAT

- Rapat → pertemuan dua orang atau lebih untuk membicarakan/merundingkan suatu masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
- Anwar Arifin (1984) menjelaskan, rapat bukanlah hal yang asing dalam dunia bisnis maupun nonbisnis, baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Rapat yang diselenggarakan pada umumnya melibatkan dua orang atau lebih untuk membahas masalah.
- Rapat dalam dunia bisnis dapat didefinisikan sebagai bentuk pertemuan dua orang atau lebih di suatu tempat, baik di dalam maupun di luar kantor untuk membahas hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan bisnis.

Rapat Bisnis vs Rapat Nonbisnis

- Rapat bisnis:
 - Tujuannya adalah bisnis → pada akhirnya adalah bagaimana suatu perusahaan memperoleh laba/keuntungan.
 - Bersifat resmi atau formal dan cenderung protokoler seremonial.
- Rapat nonbisnis:
 - Tidak membahas bisnis. Tujuannya lebih ke arah sosial seperti kemasyarakatan, peningkatan pelayanan kesehatan, dan pendidikan
 - Cenderung informal

Jenis Rapat

- Berdasarkan tujuannya rapat dibedakan menjadi:
 - Rapat informasional
 - Rapat pengambilan keputusan
 - Rapat perundingan

PERSIAPAN RAPAT

- Persiapan yang baik menghindari dua kesalahan besar pada rapat:
 1. Menyelenggarakan rapat padahal memo atau pesan lain dapat menggantikan rapat.
 2. Mengadakan rapat tanpa memikirkan tujuan spesifik.
- Sebelum anda memulai mempersiapkan rapat, pastikan bahwa rapat tersebut benar-benar dibutuhkan.

MERENCANAKAN RAPAT

- Bovee & Thill (2007:57) perencanaan rapat meliputi kegiatan:
 1. Memutuskan tujuan rapat dan mengkomunikasikan ke partisipan
Untuk berbagi informasi dan mungkin koordinasi tindakan atau untuk pengambilan keputusan
 2. Memilih partisipan untuk ikut rapat
Untuk berbagi informasi dapat mengundang kelompok yang besar, namun bila untuk pemecahan masalah undanglah dalam ukuran lebih terbatas.
 3. Memilih waktu dan fasilitas
Untuk sesi kerja, rapat di pagi hari biasanya lebih produktif dari-pada rapat pada sesi siang hari. Perhatikan beberapa detail seperti pengaturan tempat duduk, temperatur, akustik, dan makanan kecil.
 4. Menyusun agenda
Distribusikan agenda yang telah ditulis secara baik ke para partisipan, beri mereka waktu yg cukup untuk mempersiapkan

MENYELENGGARAKAN RAPAT

- Dalam penyelenggaraan rapat dengan sukses perlu diperhatikan kegiatan – kegiatan berikut:
 - Undangan rapat
 - Urutan pelaksanaan rapat
 - Pengaturan ruang rapat
 - Perlengkapan rapat
 - Akomodasi
 - Kesehatan

Jenis Keanggotaan dalam Rapat

- Kepala Rapat / Pimpinan Rapat
- Moderator
- Notulis
- Pemateri / Narasumber
- Audiens / Peserta

NEGOSIASI

- Casse dalam Purwanto (2006:251) negosiasi adalah proses dimana paling sedikit ada dua pihak dengan persepsi, kebutuhan, dan motivasi yang berbeda mencoba untuk bersepakat tentang sesuatu hal demi kepentingan bersama.
- KBBI (1998:611), negosiasi adalah proses tawar menawar dengan jalan berunding untuk memberi atau menerima guna mencapai kesepakatan bersama antara satu pihak dengan pihak yang lain
- Unsur dasar negosiasi yaitu;
 1. Adanya dua orang atau lebih yang saling berinteraksi.
 2. Adanya kepentingan pihak yang bergantung pada pihak lain.
 3. Adanya perundingan (tawar menawar)
 4. Adanya kesepakatan

- Negosiasi → cara terbaik dalam penyelesaian atau mencari jalan keluar antara kedua belah yang berbeda kepentingan dan kebutuhan dalam mendapatkan kesepakatan.
- Orang yang melakukan negosiasi disebut negosiator
- Dalam negosiasi ada proses kerjasama diantara mereka (dua pihak atau lebih) yang dilandasi oleh konsep *TORI*, yaitu;
 1. Saling percaya (*Trust*)
 2. Saling terbuka (*Openness*)
 3. Saling bertanggung jawab (*Responsible*)
 4. Adanya kesadaran saling ketergantungan satu dengan lainnya (*Interdependency*)

Kapan dan Mengapa Bernegosiasi ?

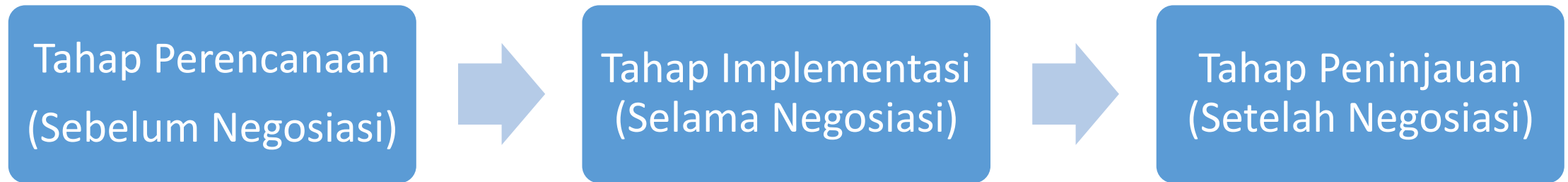
- Dalam konteks bisnis, negosiasi terjadi antara:
 - Bos dan karyawan atau serikat pekerja dan pihak manajemen seputar upah/fasilitas/kontrak kerja
 - Penjual dengan pembeli seputar harga barang atau jasa
 - Organisasi/instansi/departemen yang bersengketa
 - dsb
- Tujuan Negosiasi:
 1. untuk mendapatkan kata sepakat yang mengandung kesamaan persepsi, saling pengertian, dan persetujuan
 2. untuk mendapatkan jalan keluar dari masalah yang dihadapi bersama
 3. untuk mendapatkan atau mencapai kondisi saling menguntungkan di mana masing-masing pihak merasa menang (*win-win solution*).

SYARAT NEGOSIATOR

1. Memiliki otoritas untuk melakukan perundingan guna kepentingan pihaknya
2. Terpercaya (kredibel), sebuah kredibilitas bersumber pada sikap formal/informal yang menyenangkan dan tidak kaku
3. Memiliki kepercayaan diri (*self confidence*), kepercayaan diri diperoleh dari pengalaman dan pergaulan yang luas, kepribadian yang baik dan kuat, emosi yang stabil dan pengalaman pribadi
4. Menguasai substansi materi, penguasaan materi diperoleh dengan banyak membaca dan belajar.
5. Menguasai keterampilan komunikasi, meliputi keterampilan membaca, mendengarkan, berbicara, menulis

TAHAPAN NEGOSIASI

- Ada 3 tahapan negosiasi:



Tahap Perencanaan (Sebelum Negosiasi)

1. Pencarian fakta dan data/informasi pihak lawan negosiasi
2. Menaksir posisi lawan bernegosiasi
3. Memilih serta mengatur tim negosiasi
4. Menetapkan Sasaran Negosiasi (Hasil Akhir yang ingin Dicapai)
 - Sasaran negosiasi adalah hasil apa yang diharapkan dalam bernegosiasi.
 - Sasaran merupakan salah satu alasan utama mengapa seseorang bernegosiasi.
 - Penentuan sasaran atau target dalam bernegosiasi sangatlah penting sebagai arahan atau petunjuk dalam bernegosiasi.
 - Ada dua jenis sasaran dalam bernegosiasi, yaitu sasaran ideal dan sasaran dasar

5. Memilih strategi negosiasi (memilih cara paling tepat yang digunakan untuk mencapai hasil akhir tersebut)

- Beberapa strategi negosiasi yang dapat digunakan:
 1. Strategi Kooperatif
 2. Strategi Kompetitif:
 3. Strategi Analitis

Strategi Kooperatif

- a. Sasarannya mencapai kesepakatan kedua belah pihak
- b. Memakai semboyan *win-win solution*
- c. Mempercayai pihak lawan
- d. Melakukan kompromi jika diperlukan dan timbal balik
- e. Menciptakan landasan dan kepentingan bersama

Strategi Kompetitif

- a. Sasaran strateginya adalah mengalahkan lawan
- b. Tidak mempercayai lawan dan siap bertarung
- c. Menuntut sebuah konsesi, menegaskan posisi, dan melancarkan tekanan
- d. Tidak memberikan apa-apa dan menghabiskan semuanya

Strategi Analitis

- a. Mempunyai filosofi bahwa seorang negosiator adalah pemecah masalah, bukan seorang petarung
- b. Memandang negosiasi sebagai bentuk latihan dalam memecahkan masalah, dan bukannya sebagai permainan
- c. Berusaha kreatif dan bersama-sama mencari alternatif solusinya
- d. Menggunakan kriteria yang objektif dalam mengambil keputusan
- e. Membuat alasan yang rasional dan bukan atas dasar perasaan

Tahap Implementasi

(Selama Negosiasi)

1. Kontak mata

- a. Merupakan tahap pertemuan secara langsung antara kedua belah pihak yang terlibat dalam negosiasi.
- b. Kedua belah pihak berusaha untuk memperoleh informasi selengkapny demi kepentingan mereka sendiri
- c. Pada tahap ini memunculkan kesan pertama dari masing-masing pihak dalam bernegosiasi
- d. Hati-hati karena kedua belah pihak mulai menilai kapasitas satu sama lain.

2. Konfrontasi

- a. Merupakan tahap saling argumentasi terhadap segala sesuatu yang akan dinegosiasikan.
- b. Tahap ini merupakan tahap perdebatan sengit antar kedua belah pihak yang terlibat dalam proses negosiasi.
- c. Oleh karena itu, kendalikan emosi → Hati boleh panas namun kepala tetap dingin.
- d. Perbedaan jangan jadikan sumber perpecahan, tetapi jadikan alat untuk mencapai tujuan

3. Konsiliasi/kompromi

- a. Merupakan tahap untuk saling melakukan proses tawar menawar konsesi diantara kedua belah pihak yang bernegosiasi.
- b. Disini, anda mau menawarkan APA dan BAGAIMANA respon lawan anda terhadap tawaran anda. Begitupun sebaliknya.
- c. Proses ini diperlukan untuk memperoleh titik temu yang betul-betul disepakati dan menguntungkan bagi kedua belah pihak

4. Solusi

- a. Pada tahap ini, kedua belah pihak mulai saling menerima dan memberi
- b. Para negosiator mulai menemukan titik-titik kesepakatan bagi kedua belah pihak dengan cara mereka masing-masing
- c. Kembangkan sikap relational → sikap yang berorientasi untuk menang bersama
- d. Atasi kebimbangan, jangan ragu untuk selalu memberikan solusi terbaik bagi kedua belah pihak

Tahap Peninjauan

(Setelah Negosiasi)

- Tahap ini bisa disebut dengan konsolidasi
 - Yaitu tahap mendefenisikan hasil yang dicapai dalam negosiasi agar dapat dilaksanakan oleh kedua belah pihak di lapangan
 - Tanyakan, apakah pihak bersangkutan memiliki komitmen atas segala hal yang telah disepakati dan melaksanakannya dalam tindakan riil?

LIMA KEMUNGKINAN HASIL NEGOSIASI

1. *Win-Win Solution* → Pihak yang dilibatkan dalam perundingan akan berupaya untuk menciptakan suasana yang berkesan dan tidak ada pihak yang dirugikan dengan mengetengahkan keuntungan yang paling optimal bagi pihak yang berunding secara jujur dan adil.
2. *Win-lose Solution* → Hasil berupa kemenangan mutlak bagi pihak kita dengan mengalahkan pihak lawan. Hasil negosiasi cenderung merugikan pihak lawan.
3. *Lose-Lose Solution* → Hasil negosiasi saling merugikan satu-sama lain. perundingan cenderung tidak menggunakan akal pikiran yang sehat, hanya melampiaskan kemarahan dan emosi sehingga tidak akan dapat menyelesaikan masalah. Kedua pihak tidak mendapatkan hasil dari proses negosiasi.
4. *Lose-Win Solution* → Kita yang kalah, orang yang menang



TERIMA KASIH