

Evaluation only.
Created with Aspose.Slides for .NET Standard 2.0 22.9.
Copyright 2004-2022 Aspose Pty Ltd.
MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI BISNIS
Pertemuan ke 21 dan 22

FEB UNTAR

Dibuat oleh: Yohana Purnama Dharmawan, S.E., M.Si.

UNTAR untuk INDONESIA

MANAJEMEN dan KOMUNIKASI BISNIS — Pertemuan ke 21 dan 22

Evaluation only.

Created with Aspose.Slides for .NET Standard 2.0 22.9.

Copyright 2004-2022 Aspose Pty Ltd.

PENULISAN PESAN BISNIS (2)

MATERI

KB: bab 8 - 12

- Pesan berita baik dan berita buruk
- Komunikasi melalui surat
 - ✓ Penulisan permintaan pesan-pesan rutin dan positif
 - ✓ Penulisan *bad-news*
 - ✓ Penulisan pesan persuasif
 - ✓ Penulisan *direct request*
- Dasar-dasar Korespondensi Bisnis



PENULISAN PERMINTAAN PESAN-PESAN RUTIN DAN POSITIF

- Strategi penulisan permintaan rutin
- Strategi penulisan pesan-pesan positif
- Pesan-pesan *good-news* dan *goodwill*
 - *Goodnews* tentang pekerjaan
 - *Goodnews* tentang produk
 - Pesan-pesan *goodwill*
- Surat konfirmasi pesanan
- Menjawab permintaan informasi
- Menangani permintaan kredit
- Surat rekomendasi dan pemberitahuan



PENULISAN *BAD-NEWS*

Bad-news:

Berita buruk, kabar buruk, pesan yang buruk, pesan/berita yang tidak menyenangkan.
Pesan yang mengecewakan bagi pihak lain.

Created with Aspose.Slides for .NET Standard 2.0 22.9.
Copyright 2004-2022 Aspose Pty Ltd.

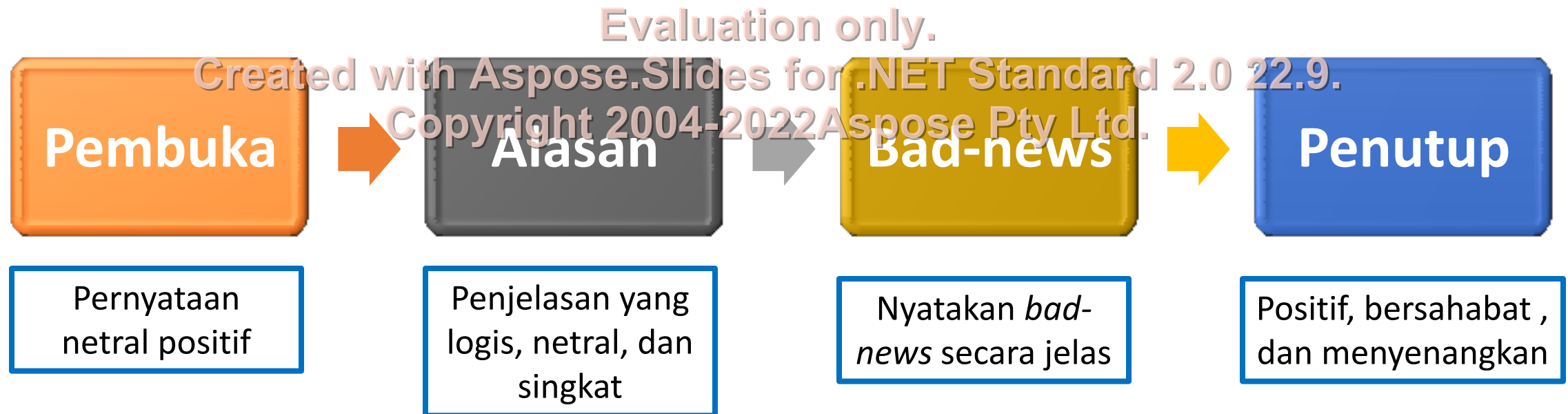
- Fokus pada audiens
- Memilih pendekatan organisasional:
 - Perencanaan tidak langsung
 - Perencanaan langsung



PENULISAN *BAD-NEWS*:

Pengorganisasian penulisan *bad-news*:

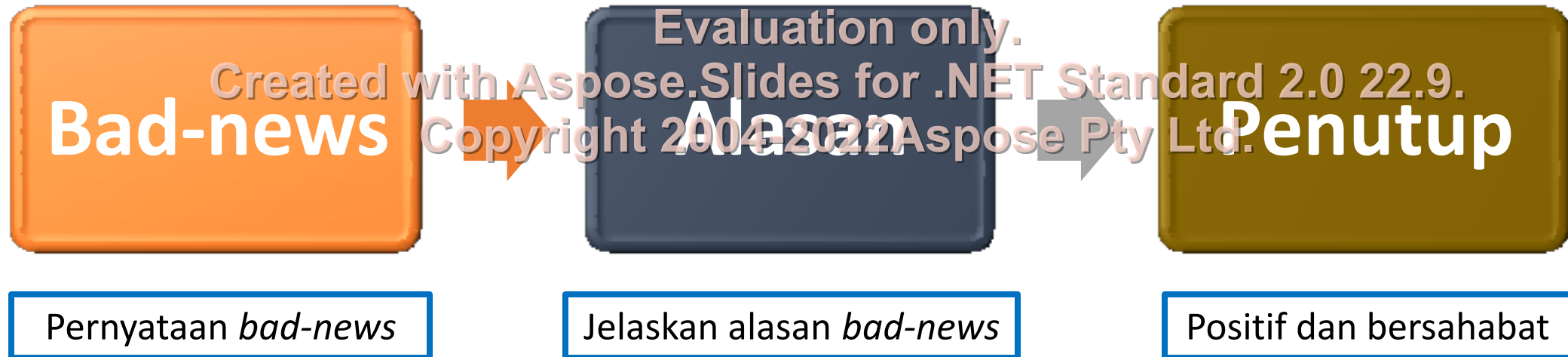
Pendekatan organisasional perencanaan tidak langsung



PENULISAN *BAD-NEWS*:

Pengorganisasian penulisan *bad-news*:

Pendekatan organisasional perencanaan langsung



PENULISAN *BAD-NEWS*:

Jawaban atas *bad-news*

- *Bad-news* tentang produk
- Penolakan kerja sama
- Penolakan undangan

Evaluation only.

Created with Aspose.Slides for .NET Standard 2.0 22.9.

Copyright 2004-2022 Aspose Pty Ltd.

Bad-news tentang pelanggan

- *Bad-news* tentang pesanan produk
- Penolakan surat pengaduan dan keluhan
- Penggantian produk
- Tidak memenuhi pesanan



PENULISAN *BAD-NEWS*:

***Bad-news* tentang pekerjaan**

- Penolakan menulis surat rekomendasi
- Penolakan lamaran kerja
- Surat penolakan kredit



PENULISAN PESAN-PESAN PERSUASIF

Persuasif merupakan suatu usaha untuk mengubah sikap, kepercayaan, atau tindakan audiens dalam mencapai tujuan.

Persuasif yang efektif: kemampuan untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis dalam cara yang membuat audiens (penerima pesan) merasa mempunyai pilihan dan membuatnya setuju.



PENULISAN PESAN-PESAN PERSUASIF

Tiga hal penting dalam membuat rencana pesan-pesan bisnis secara persuasif:

1. Analisa audiens:

- menghubungkan suatu pesan dengan minat dan hasrat audiens.
- mulailah dengan mengajukan beberapa pertanyaan penting, seperti: siapa audiens, apa yang diinginkan, siapa yang kredibel untuk menyampaikan pesan, masalah yang paling penting, budaya organisasi.
- apa saja yang menjadi kebutuhan audiens



PENULISAN PESAN-PESAN PERSUASIF

Tiga hal penting dalam membuat rencana pesan-pesan bisnis secara persuasif:

✓ Teori kebutuhan hierarki 'Abraham Maslow':

- ❖ Kebutuhan fisiologis

- ❖ Kebutuhan keselamatan dan keamanan

- ❖ Kebutuhan sosial

- ❖ Kebutuhan status

- ❖ Kebutuhan aktualisasi diri



PENULISAN PESAN-PESAN PERSUASIF

Tiga hal penting dalam membuat rencana pesan-pesan bisnis secara persuasif:

2. Mempertimbangkan peran budaya
3. Memilih pendekatan organisasional (disesuaikan dengan audiensnya)
 - *Indirect approach*
 - *Direct approach*



PENULISAN PESAN-PESAN PERSUASIF

Mengembangkan pesan-pesan persuasif:

- Menetapkan kredibilitas

Sejauh mana tingkat kepercayaan dan kehandalan/reliabilitas pengirim pesan

- Kerangka argumentasi

AIDA (*attention, interest, Desire, Action*)

- Memilih daya pemikat
 - Pemikat emosional
 - Pemikat logika
 - Pertimbangan etika



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

PENULISAN PESAN-PESAN PERSUASIF

Menulis Permintaan Persuasif (*persuasive request*):

Perhatikan manfaat langsung dan tidak langsung bagi audiens dalam memenuhi permintaan tersebut.

- Permintaan persuasif untuk tindakan
- Permintaan dan pengaduan persuasif untuk penyesuaian



PENULISAN PESAN-PESAN PERSUASIF

Penulisan pesan-pesan penjualan dan permohonan bantuan dana:

- Perencanaan pesan-pesan penjualan
- Pengorganisasian dan komposisi pesan-pesan penjualan
- Perencanaan pesan-pesan permohonan bantuan dana



PENULISAN *DIRECT REQUEST*

Organisasi *direct request* mencakup:

- Pembukaan

- Penjelasan
- Penutup

Evaluation only.

Created with Aspose.Slides for .NET Standard 2.0 22.9.

Copyright 2004-2022 Aspose Pty Ltd.



PENULISAN *DIRECT REQUEST*

☐ Permintaan informasi rutin:

- Permintaan dalam organisasi
- Permintaan dari luar organisasi

☐ Menulis *direct request* untuk pengaduan

☐ Surat undangan, pesanan dan reservasi

☐ Permintaan kredit



DASAR-DASAR KORESPONDENSI BISNIS

- Pengertian surat dan surat bisnis
- Fungsi surat bisnis
- Pengelompokan surat
 - Menurut wujudnya
 - Menurut pemakaiannya
 - Menurut banyaknya (jumlah) sasaran yang dituju
 - Menurut sifatnya
 - Menurut urgensi penyelesaiannya
 - Menurut isi dan maksudnya



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

DASAR-DASAR KORESPONDENSI BISNIS

Bagian Surat:

- Kepala surat (kop surat)
- Tanggal surat
- Nomor, lampiran, dan hal atau perihal
- Nama dan alamat surat
- Salam pembuka
- Isi surat
- Salam penutup
- Tanda tangan, nama jelas dan jabatan
- Tembusan
- Inisial



DASAR-DASAR KORESPONDENSI BISNIS

Bentuk Surat:

- Bentuk lurus penuh (*full block style*)
- Bentuk lurus (*block style*)
- Bentuk setengah lurus (*semi-block style*) (a)
- Bentuk setengah lurus (*semi-block style*) (b)
- Bentuk bertekuk (*indented style*)
- Bentuk paragraf menggantung (*hanging paragraph style*)
- Bentuk surat Amerika (*American style*)
- Bentuk surat Inggris (*British style*)

