

Study Literatur: Business Communication Skills

Kayla Naveeza Putri¹, Zalfa Aadilah², Mitrayani Timoty³, Mada Aditia Wardhana⁴

¹⁻⁴Ekonomi & Bisnis, Manajemen, Universitas Mulia, Balikpapan, Indonesia

Email: ¹kaylanaveeza42@gmail.com, ²Zalfaaadilah9@gmail.com, ³mitrayanitimoty@gmail.com,

⁴maw.wardhana@universitasmulia.ac.id

(* : coressponding author)

Abstrak—Keterampilan komunikasi bisnis yang efektif merupakan modal kritis bagi kesuksesan organisasi dan individu di pasar global. Kajian artikel ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pendekatan pedagogis serta faktor psikologis dalam mengembangkan kompetensi tersebut. Secara khusus, penelitian ini menjawab dua rumusan masalah: (1) efektivitas integrasi strategi pembelajaran aktif (Problem-Based Learning, Experiential Learning) dan teknologi multimedia dalam meningkatkan kompetensi komunikasi bisnis mahasiswa, dan (2) peran kepercayaan diri komunikatif (self-efficacy) dan kemampuan transfer pengetahuan dalam mendukung keberhasilan negosiasi dan pembangunan hubungan profesional. Melalui metode kajian sistematis yang meliputi identifikasi, seleksi, ekstraksi, analisis tematik, dan sintesis artikel-artikel terpilih, kajian ini menyimpulkan bahwa pendekatan pembelajaran aktif berbasis teknologi secara signifikan menjembatani kesenjangan teori-praktik dengan memfasilitasi terciptanya pengetahuan kontekstual (Mode 2). Lebih lanjut, sinergi antara self-efficacy yang tinggi dan kapasitas sebagai boundary spanner dalam mentransfer pengetahuan terbukti menjadi determinan kunci bagi efektivitas komunikasi dalam negosiasi dan relasi kerja yang kompleks. Implikasinya, pengembangan kompetensi komunikasi bisnis yang holistik memerlukan integrasi antara inovasi pedagogi berteknologi dan penguatan aspek psikologis-individu.

Kata Kunci: komunikasi bisnis; pembelajaran aktif; self-efficacy; transfer pengetahuan; pendidikan tinggi

Abstract—Effective business communication skills constitute critical capital for the success of organizations and individuals in the global marketplace. This article review aims to analyze the effectiveness of pedagogical approaches and psychological factors in developing such competencies. Specifically, the study addresses two research questions: (1) the effectiveness of integrating active learning strategies (Problem-Based Learning and Experiential Learning) and multimedia technology in enhancing students' business communication competence, and (2) the role of communicative self-efficacy and knowledge transfer capability in supporting successful negotiation and the development of professional relationships. Using a systematic review method that includes identification, selection, extraction, thematic analysis, and synthesis of selected articles, this review concludes that technology-based active learning approaches significantly bridge the theory-practice gap by facilitating the creation of contextual knowledge (Mode 2). Furthermore, the synergy between high self-efficacy and boundary-spanning capacity in knowledge transfer is shown to be a key determinant of communication effectiveness in complex negotiations and workplace relationships. The implications suggest that the holistic development of business communication competence requires the integration of technology-enhanced pedagogical innovation and the strengthening of individual psychological factors.

Keywords: business communication; active learning; self-efficacy; knowledge transfer; higher education

1. PENDAHULUAN

Keterampilan komunikasi bisnis memiliki hubungan yang sangat erat dengan keberhasilan perusahaan karena berfungsi sebagai jembatan utama antara pengetahuan teknis dan pencapaian tujuan strategis organisasi (Wang Guenier et al., 2025). Topik ini menjadi sangat penting bagi perusahaan karena kemampuan komunikasi yang efektif, baik secara verbal maupun tertulis, diakui sebagai salah satu kompetensi tempat kerja yang paling esensial untuk memfasilitasi negosiasi, membangun hubungan pelanggan, dan menyelesaikan konflik internal (Andreas et al., 2025). Dalam lingkungan bisnis global yang kompleks, keterampilan ini dianggap sebagai modal ekonomi yang memungkinkan para profesional untuk menavigasi perbedaan budaya, memahami hierarki korporat, serta menghindari kesalahpahaman yang dapat merugikan transaksi bisnis (Wang Guenier et al., 2025). Selain itu, penguasaan komunikasi bisnis yang mumpuni juga terbukti menjadi pendorong utama dalam meningkatkan kinerja penjualan dan mendukung transformasi digital perusahaan dengan cara mempermudah adopsi teknologi baru melalui pertukaran informasi yang transparan dan meyakinkan (Lin et al., 2025). Oleh karena itu, perusahaan secara konsisten memprioritaskan individu yang tidak hanya memiliki kecakapan teknis, tetapi juga kemampuan komunikasi persuasif

untuk memastikan efisiensi operasional dan keberlangsungan bisnis di pasar yang kompetitif (Abu Asabeh et al., 2023).

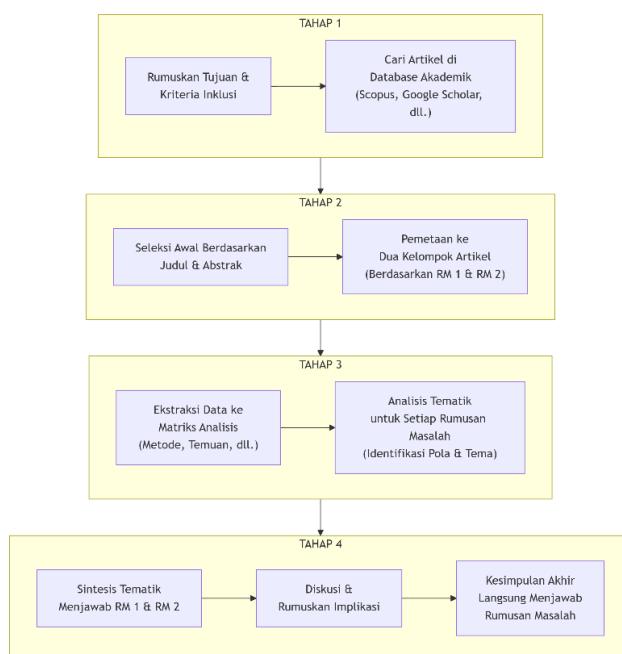
Rumusan Masalah:

1. Sejauh mana efektivitas integrasi strategi pembelajaran aktif (seperti *Problem-Based Learning* dan *Experiential Learning*) serta penggunaan teknologi multimedia dalam meningkatkan kompetensi komunikasi bisnis mahasiswa guna menjembatani kesenjangan antara teori akademis dan kebutuhan industri global?
2. Bagaimana peran kepercayaan diri komunikatif (*self-efficacy*) dan kemampuan melakukan transfer pengetahuan memengaruhi keberhasilan profesional dalam melakukan negosiasi serta membangun hubungan relasional yang efektif di lingkungan kerja yang kompleks?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian kajian artikel ini diawali dengan Tahap Perencanaan dan Identifikasi Artikel, dimana tujuan kajian dirumuskan ulang dan kriteria inklusi artikel yang spesifik ditetapkan, seperti fokus pada artikel empiris atau konseptual terkini yang membahas pembelajaran aktif, teknologi, atau faktor psikologis dalam komunikasi bisnis. Pencarian kemudian dilakukan secara sistematis di berbagai database akademik terpilih menggunakan kombinasi kata kunci yang relevan dengan kedua rumusan masalah. Proses ini dilanjutkan ke Tahap Seleksi dan Pemetaan Artikel, yang melibatkan penyaringan artikel berdasarkan judul dan abstrak untuk memastikan kesesuaiannya, kemudian memetakan artikel-artikel terpilih ke dalam dua kelompok utama sesuai fokus masing-masing rumusan masalah, yaitu kelompok yang membahas strategi pembelajaran dan teknologi, serta kelompok yang mengkaji self-efficacy dan transfer pengetahuan.

Setelah pemetaan, Tahap Ekstraksi dan Analisis Data dilakukan dengan mengekstrak informasi penting setiap artikel ke dalam matriks analisis yang terstruktur, mencakup identitas, metodologi, dan temuan kunci. Data dalam matriks ini kemudian dianalisis secara tematik untuk masing-masing kelompok artikel guna mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan yang muncul dari literatur, seperti efektivitas metode praktikal atau prediktor keberhasilan komunikasi. Tahap akhir berupa Tahap Sintesis dan Penarikan Kesimpulan, dimana temuan tematik dari kedua kelompok disintesis untuk membangun jawaban naratif yang koheren dan langsung merespons setiap rumusan masalah. Sintesis ini kemudian didiskusikan untuk membandingkan konvergensi berbagai studi dan merumuskan implikasi praktis serta akademis, yang akhirnya mengerucut pada kesimpulan akhir yang secara tegas menjawab pertanyaan penelitian awal berdasarkan bukti-bukti yang telah dikaji.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

1. Sejauh mana efektivitas integrasi strategi pembelajaran aktif (seperti *Problem-Based Learning* dan *Experiential Learning*) serta penggunaan teknologi multimedia dalam meningkatkan kompetensi komunikasi bisnis.

Integrasi strategi pembelajaran aktif, seperti *Problem-Based Learning* (PBL) dan *Experiential Learning*, terbukti sangat efektif dalam meningkatkan kompetensi komunikasi bisnis mahasiswa karena metode ini menuntut mahasiswa untuk mengambil tanggung jawab penuh atas proses penyelesaian masalah dan pencarian solusi dalam konteks dunia nyata (Saimon et al., 2025). Pendekatan seperti STEAM-Project Based Learning secara signifikan memperkuat kemampuan komunikasi, kolaborasi, pemikiran kritis, dan kreativitas mahasiswa dengan cara menghubungkan pengalaman nyata mereka dengan teori di kelas (Saimon et al., 2025). Kesiapan kerja ini diperkuat melalui pembelajaran berbasis pengalaman seperti kunjungan lapangan (field trips), yang terbukti meningkatkan kecakapan komunikasi bisnis lintas budaya dan analisis perdagangan global karena mahasiswa dapat melihat langsung bagaimana teori diaplikasikan dalam praktik industri yang kompleks (Rico et al., 2025). Efektivitas pembelajaran ini semakin meningkat secara drastis melalui penggunaan teknologi multimedia dan pedagogi multimodal, yang memanfaatkan berbagai sumber daya seperti video, media sosial, dan simulasi kompetitif (seperti simulasi pemilihan atau e-commerce) untuk memberikan pemahaman yang lebih kaya tentang nuansa komunikasi bisnis internasional (Wang Guenier et al., 2025). Selain itu, pemanfaatan alat berbasis kecerdasan buatan (AI) seperti aplikasi ELSA memberikan peluang pembelajaran yang personal dan adaptif, yang terbukti meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan kefasihan komunikasi profesional mahasiswa (Dhivya et al., 2023). Pada akhirnya, kombinasi antara metode aktif dan teknologi canggih ini berhasil menjembatani jurang antara teori dan praktik dengan memfasilitasi transfer pengetahuan yang lebih efektif, di mana mahasiswa tidak hanya memahami pengetahuan akademis statis (Mode 1), tetapi juga mampu menciptakan pengetahuan praktis yang relevan bagi kebutuhan industri (Mode 2) untuk menciptakan dampak nyata bagi organisasi dan masyarakat (Foster et al., 2024).

2. Bagaimana peran kepercayaan diri komunikatif (*self-efficacy*) dan kemampuan melakukan transfer pengetahuan memengaruhi keberhasilan profesional

Kepercayaan diri komunikatif (*self-efficacy*) dan kemampuan transfer pengetahuan memainkan peran krusial yang saling berinteraksi dalam menentukan keberhasilan profesional saat melakukan negosiasi serta membangun hubungan relasional di lingkungan kerja yang kompleks. Kepercayaan diri komunikatif bukan sekadar ukuran keterampilan teknis, melainkan keyakinan mendalam individu terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai hasil tertentu, di mana tingkat *self-efficacy* yang tinggi mendorong profesional untuk memandang tugas-tugas menantang sebagai hambatan yang harus dikuasai alih-alih dihindari (Roberts et al., 2023). Dalam konteks negosiasi, individu dengan kepercayaan diri yang kuat mampu mengaplikasikan teknik mendengarkan aktif dan persuasi secara lebih efektif untuk mencapai solusi serta kesepakatan, sementara dalam kepemimpinan, hal ini meningkatkan posisi tawar profesional untuk memengaruhi orang lain dan menciptakan lingkungan kerja yang sehat (Roberts et al., 2023). Keberhasilan ini diperkuat oleh kemampuan melakukan transfer pengetahuan, yang bertindak sebagai mekanisme untuk memindahkan keahlian dan ide antara sumber pengetahuan (seperti akademisi atau teori) ke pengguna potensial di dunia praktis (Foster et al., 2024). Profesional yang sukses sering kali bertindak sebagai penghubung batas (*boundary spanners*), yang mampu menavigasi hambatan semantik dan pragmatis dengan cara menerjemahkan pengetahuan teoritis (Mode 1) menjadi pengetahuan praktis yang relevan (Mode 2) untuk organisasi (Foster et al., 2024). Sinergi antara keyakinan diri dan penguasaan bahasa lintas domain ini memungkinkan para ahli untuk memanfaatkan kekuatan kausal (*causal power*) dan kredibilitas mereka sebagai manajer senior guna memfasilitasi perubahan nyata dan membangun modal relasional yang kokoh dalam ekosistem bisnis yang dinamis (Foster et al., 2024). Pada akhirnya, penguasaan kedua aspek ini memastikan pesan tersampaikan secara logis dan persuasif, yang tidak hanya meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis tetapi juga mendukung mobilitas karier dan kesuksesan jangka panjang di lingkungan kerja yang kompetitif (Kyambade et al., 2025).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian artikel yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan kompetensi komunikasi bisnis yang efektif memerlukan pendekatan ganda yang mengintegrasikan dimensi pedagogis dan psikologis. Pertama, integrasi strategi pembelajaran aktif seperti Problem-Based Learning dan Experiential Learning yang diperkuat oleh teknologi multimedia terbukti efektif dalam menjembatani kesenjangan antara teori akademis dan kebutuhan industri. Metode-metode ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis komunikasi, tetapi lebih penting lagi, membangun kapasitas mahasiswa untuk menerjemahkan pengetahuan teoretis (Mode 1) menjadi pengetahuan praktis yang kontekstual dan berdampak (Mode 2) melalui simulasi dan pengalaman nyata.

Kedua, keberhasilan profesional dalam negosiasi dan membangun hubungan di lingkungan kerja yang kompleks sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis dan kognitif. Kepercayaan diri komunikatif (self-efficacy) berfungsi sebagai penggerak utama yang memungkinkan individu untuk mendekati tantangan komunikasi dengan keyakinan dan ketekunan. Kemampuan ini menjadi maksimal ketika didukung oleh kapasitas transfer pengetahuan, di mana individu bertindak sebagai boundary spanner yang mahir menerjemahkan konsep antar domain untuk menciptakan solusi yang relevan dan persuasif.

Secara holistik, sinergi antara pendekatan pengajaran yang imersif dan berteknologi dengan pengembangan self-efficacy serta kemampuan transfer membentuk fondasi yang kokoh untuk menciptakan profesional komunikasi bisnis yang tangguh. Mereka tidak hanya fasih dalam teori, tetapi juga memiliki keyakinan dan kelincahan untuk menerapkannya dalam dinamika industri global yang nyata, sehingga pada akhirnya berkontribusi signifikan terhadap kesuksesan organisasi dan keberlangsungan karier individu.

REFERENCES

- Abu Asabeh, S., Alzboon, R., Alkhalaileh, R., Alshurafat, H., & Al Amosh, H. (2023). Soft skills and knowledge required for a professional accountant: Evidence from Jordan. *Cogent Education*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2254157>
- Andreas, A. T., Asa, A. R., Nautwima, J. P., & Sunde, T. (2025). Entrepreneurial skills and MSE performance: examining the moderation effect of education on youth-owned businesses. *Cogent Business and Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2529977>
- Dhivya, D. S., Hariharasudan, A., & Nawaz, N. (2023). Unleashing potential: Multimedia learning and Education 4.0 in learning Professional English Communication. *Cogent Social Sciences*, 9(2), 0–22. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2248751>
- Foster, C., Kirk, S., Kougiannou, N. K., & Scurry, T. (2024). Mind the gap: DBA students, knowledge generation, transfer and impact. *Studies in Higher Education*, 49(4), 623–638. <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2247437>
- Kyambade, M., Nkurunziza, G., Namatovu, A., Tushabe, M., & Kwemarira, G. (2025). Enhancing critical thinking and ethical decision-making through learner-centered strategies in business education. *Cogent Education*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2588420>
- Lin, C. C., Yang, Z., & Chang, C. H. (2025). Facilitating adoption of virtual communities through emotional connection in the global logistics industry. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 28(2), 191–209. <https://doi.org/10.1080/13675567.2022.2153815>
- Rico, F., Rico, H., de La Puente, M., Torres, J., & Guzman, H. (2025). Enhancing international trade competencies through local field trips: a study of Colombian undergraduate students. *Cogent Education*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2547940>
- Roberts, M., Shah, N. S., Mali, D., Arquero, J. L., Joyce, J., & Hassall, T. (2023). The use and measurement of communication self-efficacy techniques in a UK undergraduate accounting course. *Accounting Education*, 32(6), 735–763. <https://doi.org/10.1080/09639284.2022.2113108>
- Saimon, M., Lavicza, Z., Fenyvesi, K., & Diego-Mantecón, J. M. (2025). Using a model for utilising crises-related issues to facilitate transdisciplinary outdoor STEAM education in business corporate communication in Tanzania colleges. *Innovations in Education and Teaching International*, 00(00), 1–15. <https://doi.org/10.1080/14703297.2025.2596252>
- Wang Guenier, A. D., Xing, M., & Zhang, Z. (2025). Multimodal, Multidisciplinary and Multicultural Business Chinese Teaching in the UK and Ireland. *Journal of Teaching in International Business*, 36(2), 148–162. <https://doi.org/10.1080/08975930.2025.2510379>