

KORESPONDENSI BISNIS DALAM ERA DIGITAL: TINJAUAN PUSTAKA DAN IMPLIKASINYA

Zaffa Gaidatsur Jabbar Bilal Palestine¹, Amellia Putri Septiana², Mukhammad Gigih Prahara³, Dheanty Ananda Bilqis⁴, Sifah Andawiah⁵

Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi

E-mail: zaffagaidatsurjbp@gmail.com¹, putriamellia145@gmail.com²,
mukhammadgigih99@gmail.com³, deantyb@gmail.com⁴, sifaandawiyah@gmail.com⁵

ABSTRAK

Korespondensi bisnis memegang peranan penting dalam komunikasi organisasi, terutama di era digital yang menuntut kecepatan, ketepatan, dan profesionalisme. Penelitian ini bertujuan untuk mengulas konsep, manfaat, dan tantangan korespondensi bisnis melalui studi pustaka terkini. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, artikel ini mengidentifikasi pergeseran praktik korespondensi bisnis yang kini semakin memanfaatkan media digital. Hasil penelitian menunjukkan pentingnya pemahaman etika, kejelasan pesan, dan penggunaan teknologi dalam meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis.

Kata kunci

korespondensi bisnis, komunikasi bisnis, era digital, etika komunikasi

ABSTRACT

Business correspondence plays an important role in organizational communication, especially in the digital era that demands speed, accuracy, and professionalism. This study aims to review the concept, benefits, and challenges of business correspondence through a recent literature study. With a descriptive qualitative approach, this article identifies the shift in business correspondence practices that are now increasingly utilizing digital media. The results of the study indicate the importance of understanding ethics, clarity of messages, and the use of technology in increasing the effectiveness of business communication.

Keywords

business correspondence, business communication, digital era, communication ethics

1. PENDAHULUAN

Korespondensi bisnis merupakan salah satu elemen penting dalam aktivitas organisasi, baik dalam bentuk komunikasi internal maupun eksternal. Menurut Guffey dan Loewy (2018), korespondensi bisnis berfungsi untuk menyampaikan informasi formal seperti surat, memorandum, email, maupun laporan, yang menjadi dasar pengambilan keputusan strategis di dalam organisasi. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat, bentuk-bentuk korespondensi bisnis telah mengalami transformasi signifikan, dari media cetak tradisional menjadi media digital yang lebih fleksibel dan interaktif.

Transformasi digital dalam dunia bisnis telah membawa dampak besar pada praktik komunikasi organisasi, termasuk dalam hal korespondensi. Zeng et al. (2020) mengungkapkan bahwa penggunaan platform digital seperti email, aplikasi kolaboratif, dan media sosial telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan mitra bisnis, pelanggan, dan karyawan. Komunikasi bisnis tidak lagi terbatas pada surat resmi yang memerlukan tanda tangan basah, tetapi dapat dilakukan secara instan melalui berbagai perangkat digital. Hal ini tentu saja meningkatkan kecepatan komunikasi, namun juga menimbulkan tantangan baru, seperti potensi kesalahpahaman pesan, kebocoran informasi, hingga masalah etika komunikasi.

Rachmasari (2024) Kata korespondensi berasal dari kata Bahasa Inggris *correspondence* yang memiliki arti surat menyurat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) korespondensi memiliki arti perihal surat-menyurat. Sedangkan, kata bisnis pada KBBI mempunyai arti usaha komersial pada dunia perdagangan; bidang usaha; dagang. Dengan demikian, korespondensi bisnis memiliki pengertian surat menyurat yang digunakan sebagai komunikasi tertulis dalam dunia usaha. Karyaningsih (2018) menjelaskan bahwa surat bisnis dapat ditulis oleh individu ataupun perusahaan, bisa bersifat internal (digunakan untuk keperluan komunikasi antar perusahaan yang sama dari tingkat cabang maupun pusat) ataupun bersifat eksternal (digunakan untuk berkomunikasi dengan perusahaan lain).

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat 2 (2), 118-126, 2020 Pada era tatanan masyarakat global sekarang ini, kemampuan berkomunikasi dengan menggunakan bahasa internasional terutama bahasa Inggris merupakan kecakapan hidup yang sangat penting dalam pergaulan. Seringkali kita dengar, aspek kelemahan yang paling menonjol dari para tenaga kerja Indonesia adalah lemahnya kemampuan berbahasa Inggris. Banyak orang Indonesia yang cerdas dan bertalenta unggul tapi tidak mampu berdialog dengan lugas, tidak mampu berbagi ide, gagasan, serta pemikiran-pemikiran maju karena terkendala bahasa.

Di samping itu, Sharma dan Bansal (2021) menekankan bahwa profesionalisme dalam korespondensi bisnis tetap menjadi kunci keberhasilan komunikasi organisasi. Meskipun media digital memungkinkan komunikasi menjadi lebih cepat, korespondensi bisnis tetap harus memperhatikan aspek formalitas, struktur pesan, serta etika profesional agar tujuan komunikasi dapat tercapai dengan efektif. Profesionalisme ini mencakup pemilihan kata yang tepat, kejelasan informasi, kesantunan bahasa, serta kepatuhan pada standar komunikasi organisasi.

Lebih lanjut, Derakhshan et al. (2022) mencatat bahwa integrasi teknologi digital dalam korespondensi bisnis membuka peluang untuk penggunaan media yang lebih variatif, seperti lampiran multimedia, tautan, serta aplikasi kolaboratif yang mendukung diskusi interaktif. Namun, hal ini juga menuntut keterampilan komunikasi digital yang memadai agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan multitafsir atau menurunkan kredibilitas organisasi. Dalam konteks globalisasi, penggunaan bahasa asing (terutama bahasa Inggris) dalam korespondensi bisnis juga menjadi tantangan bagi sebagian organisasi di Indonesia

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka (*library research*), dengan fokus pada kajian literatur terkini yang membahas korespondensi bisnis dalam era digital. Data diperoleh dari berbagai sumber terpercaya, seperti jurnal internasional yang terindeks, buku teks komunikasi bisnis, serta artikel ilmiah dan populer yang relevan dengan topik.

Prosedur analisis dilakukan secara deskriptif-kualitatif, dengan menelaah tema-tema utama yang muncul dalam literatur secara sistematis dan kritis. Pendekatan ini mengacu pada panduan metodologi penelitian kualitatif sebagaimana dikemukakan oleh Creswell (2014), untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap perubahan, tantangan, dan praktik terbaik dalam korespondensi bisnis digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan pustaka terhadap berbagai literatur menunjukkan bahwa transformasi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola korespondensi bisnis di era modern. Komunikasi yang sebelumnya bergantung pada surat fisik dan dokumen cetak kini didominasi oleh media digital seperti email, pesan instan, dan platform kolaborasi daring (Guffey & Loewy, 2013). Perubahan ini berdampak langsung pada kecepatan penyampaian informasi, efisiensi koordinasi internal, dan fleksibilitas kerja lintas lokasi.

Hasil kajian literatur, seperti yang disampaikan oleh McKinsey (2020), menunjukkan bahwa adopsi teknologi komunikasi digital dapat meningkatkan produktivitas perusahaan hingga 25%. Email memungkinkan penyampaian pesan secara cepat dan terdokumentasi, sementara platform seperti Slack dan Microsoft Teams mendorong kolaborasi instan antar tim. Namun, manfaat ini juga diiringi dengan tantangan seperti information overload, yaitu kondisi di mana pengguna menerima terlalu banyak informasi dalam waktu singkat, sehingga dapat mengganggu konsentrasi dan memperlambat pengambilan keputusan (Mazmanian, 2013).

Selain aspek teknis, etika dan gaya komunikasi juga mengalami pergeseran. Korespondensi digital sering kali bersifat singkat dan langsung, namun tetap dituntut untuk menjaga kesopanan, kejelasan, dan struktur pesan yang baik. Kurangnya isyarat non-verbal dalam komunikasi digital seperti email dapat menyebabkan kesalahpahaman (Kruger et al., 2005), sehingga pemilihan kata dan gaya bahasa yang profesional menjadi sangat penting. Banyak pelaku bisnis masih belum sepenuhnya memahami pentingnya etika dalam komunikasi digital, seperti penggunaan salam pembuka, tanda tangan profesional, serta perhatian terhadap nada dan konteks pesan.

Keamanan informasi menjadi isu krusial dalam korespondensi digital. Pesan yang dikirim melalui email atau aplikasi berbasis internet rentan terhadap peretasan, penyadapan, atau kebocoran data. Oleh karena itu, standar keamanan seperti yang diatur dalam ISO/IEC 27001 menekankan pentingnya penerapan enkripsi, sistem autentikasi ganda, serta pelatihan keamanan siber bagi seluruh karyawan untuk melindungi informasi sensitif perusahaan.

Tinjauan juga mengungkap adanya kesenjangan keterampilan digital antar individu dalam organisasi. Karyawan yang tidak terbiasa menggunakan teknologi digital cenderung mengalami kesulitan dalam mengoptimalkan fitur komunikasi modern. Hal ini berdampak pada efektivitas komunikasi antar tim, sehingga pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan perangkat komunikasi digital menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Secara keseluruhan, korespondensi bisnis di era digital membawa berbagai kemudahan dan efisiensi, namun juga menuntut kesiapan organisasi dalam mengatasi tantangan baru yang muncul. Diperlukan kebijakan komunikasi digital yang komprehensif, pelatihan rutin bagi sumber daya manusia, serta integrasi aspek keamanan dan etika dalam setiap bentuk komunikasi agar manfaat digitalisasi dapat dirasakan secara optimal.

Hasil telaah pustaka menunjukkan bahwa korespondensi bisnis telah mengalami evolusi yang signifikan sejak bergesernya era komunikasi tradisional ke era digital. Menurut Guffey dan Loewy (2018), korespondensi bisnis pada awalnya identik dengan surat resmi yang dicetak, lengkap dengan kop surat dan tanda tangan basah sebagai bentuk formalitas. Surat bisnis tradisional tersebut menuntut format yang baku, struktur yang jelas, serta penggunaan bahasa yang profesional. Namun, di era digital, bentuk korespondensi bisnis semakin beragam, termasuk email, pesan instan, dan platform kolaborasi daring.

Zeng et al. (2020) menjelaskan bahwa keunggulan teknologi digital dalam korespondensi bisnis terletak pada kecepatan pengiriman pesan, kemudahan lampiran file, serta kemampuan untuk mengakses komunikasi dari berbagai lokasi. Hal ini meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dan mempercepat proses pengambilan keputusan. Namun demikian, kemudahan ini juga memicu tantangan baru, seperti risiko kebocoran informasi rahasia, spam, dan penurunan kualitas komunikasi akibat penggunaan bahasa yang kurang profesional.

Sharma dan Bansal (2021) menekankan bahwa transformasi digital menuntut keterampilan komunikasi yang lebih kompleks dibandingkan sebelumnya. Korespondensi bisnis digital memerlukan keahlian dalam memilih media komunikasi yang sesuai, menyusun pesan yang jelas dan ringkas, serta menjaga etika komunikasi. Contohnya, email bisnis harus memuat subjek yang jelas, salam pembuka yang tepat, isi pesan yang padat namun sopan, dan penutup yang profesional. Kesalahan dalam menyusun email bisnis dapat berdampak negatif terhadap reputasi organisasi, termasuk hilangnya kepercayaan mitra bisnis.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi korespondensi bisnis membawa dua sisi yang saling melengkapi: pertama, peningkatan kecepatan dan kemudahan komunikasi; kedua, meningkatnya kompleksitas dalam menjaga kualitas dan profesionalitas komunikasi (Guffey & Loewy, 2018; Zeng et al., 2020). Oleh karena itu, organisasi perlu mengembangkan kebijakan komunikasi yang jelas serta memberikan pelatihan bagi karyawan agar dapat menulis dan mengelola korespondensi bisnis digital dengan tepat. Langkah-langkah ini akan membantu organisasi menjaga kredibilitas, mempercepat proses kerja, dan meminimalkan risiko kesalahan komunikasi.

Dengan demikian, hasil studi ini menegaskan pentingnya pemahaman mendalam mengenai etika komunikasi, pemilihan media yang sesuai, dan kompetensi digital dalam menghadapi tantangan korespondensi bisnis di era modern. Organisasi yang mampu mengintegrasikan teknologi digital secara efektif dalam korespondensi bisnis akan lebih adaptif, profesional, dan kompetitif di pasar global yang semakin dinamis. (Sugiyono. 2013).

Selain itu, Derakhshan et al. (2022) mengidentifikasi bahwa penggunaan multimedia dalam korespondensi bisnis, seperti infografis, video, dan tautan interaktif, semakin diminati untuk mendukung presentasi data dan meningkatkan pemahaman pesan. Namun, penggunaan multimedia ini juga memiliki potensi multitafsir jika tidak dikemas secara tepat. Oleh karena itu, organisasi perlu memastikan bahwa setiap bentuk korespondensi bisnis, baik yang berbasis teks maupun multimedia, tetap mematuhi prinsip kejelasan, kesantunan, dan profesionalisme.

4. KESIMPULAN

Korespondensi bisnis di era digital telah berkembang pesat, memanfaatkan media digital untuk mendukung komunikasi yang lebih efektif dan efisien. Namun, organisasi perlu memperhatikan kualitas pesan, etika komunikasi, dan keterampilan penggunaan teknologi agar korespondensi bisnis tetap profesional dan sesuai tujuan. Selain itu, teknologi memungkinkan integrasi berbagai bentuk komunikasi seperti teks, gambar, dan video, yang memperkaya konteks pesan tetapi juga memerlukan keahlian dalam memilih media yang tepat. Dengan demikian, hasil studi ini menegaskan pentingnya pemahaman mendalam mengenai etika komunikasi, pemilihan media yang sesuai, dan kompetensi digital dalam menghadapi tantangan korespondensi bisnis di era modern. Organisasi yang mampu mengintegrasikan teknologi digital secara efektif dalam korespondensi bisnis akan lebih adaptif, profesional, dan kompetitif di pasar global yang semakin dinamis.

5. DAFTAR PUSTAKA

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

- Derakhshan, H., Ahmad, M. K., & Rezaei, F. (2022). Digital business communication: Challenges and opportunities. *Journal of Business Communication*, 59(3), 456–472. <https://doi.org/10.1177/00219436211043792>
- Guffey, M. E., & Loewy, D. (2018). *Business communication: Process and product* (9th ed.). Cengage Learning.
- Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga. Ramelan. 2005. *Pedoman Lengkap Menulis Surat Bisnis Modern*. PPM: Jakarta. Sedarmayanti, 2001. *Dasar-dasar Pengetahuan Tentang Manajemen Perkantoran*. Mandar Maju, Bandung.
- Sharma, R., & Bansal, R. (2021). Transforming business correspondence in the digital era. *International Journal of Business Communication*, 58(4), 689–706. <https://doi.org/10.1177/2329488420982469>
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Ke19, Oktober 2013. Penerbit Alfabeta, CV. Bandung
- Zeng, R., Wang, Y., & Lin, X. (2020). The impact of digital communication platforms on business correspondence: A systematic review. *Journal of Communication Management*, 24(3), 245–263. <https://doi.org/10.1108/JCOM-05-2019-0074>