
**MERAIH KEBERHASILAN NEGOSIASI BISNIS MELALUI
KETERAMPILAN BERKOMUNIKASI**

**Aulia Tazkiya, Mico Aldiansyah, Gina Sonia, Hendri Sopian Saparingga
dan Ricky Firmansyah**

STIE Stembi Bandung, STIE Stembi Bandung, STIE Stembi Bandung, STIE
Stembi Bandung dan Universitas Ars

E-mail : auliatazkiya99@gmail.com, micoaldiansyah@gmail.com,

ginasonia216@gmail.com, sopianhendri07@gmail.com dan ricky@ars.ac.id

Diterima: 22

April 2021

Direvisi: 26 April
2021

Disetujui: 14 Mei
2021

Abstrak

Negosiasi merupakan hal yang esensial dalam menunjang keberhasilan bisnis. Negosiasi diperlukan sebagai penghubung kepentingan agar mencapai kesepakatan baik di antara pengusaha dan *supplier*, pengusaha dan pelanggan, pengusaha dan investor dan sebagainya. Dalam praktiknya, negosiasi memerlukan keterampilan berkomunikasi yang baik agar pesan dan informasi yang dimiliki seorang negosiator dapat dipahami oleh lawan bicara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara keterampilan komunikasi dengan kesuksesan bernegosiasi serta memaparkan bagaimana seorang pebisnis berkomunikasi dengan lebih efektif sehingga mampu menjadi seorang negosiator yang profesional. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder, di mana data yang diperoleh peneliti telah disediakan oleh orang ketiga seperti pemerintah, media, atau organisasi lainnya di luar peneliti dan partisipan penelitian. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa adanya keterkaitan antara keterampilan berkomunikasi dengan keberhasilan negosiasi. Pendekatan dalam analisis data ada 2 yaitu yang pertama membuat rumusan masalah yang kedua mengumpulkan data skunder. Kepandaian berkomunikasi mampu menjadikan seorang negosiator membujuk lawan bicara secara halus agar mengikuti kemauan negosiator tanpa disadari oleh mereka. Tentu hal ini dapat diraih dengan adanya persiapan dan pemahaman terhadap karakteristik lawan negosiasi.

Kata Kunci: *Keterampilan, komunikasi, negosiasi.*

Abstrack

Negotiation is essential in supporting business success. Negotiations are needed to connect interests in order to reach an agreement between entrepreneurs and suppliers, entrepreneurs and customers, entrepreneurs and investors and so on. In practice, negotiation requires good communication skills so that messages and information that a negotiator has can be understood by the interlocutor. This study aims to determine the relationship between communication skills and negotiation success and to describe how a businessman communicates more effectively so that he is able to become a professional negotiator. The qualitative data used in this study is secondary data, where the data obtained by the researcher has been provided by a third

person such as the government, media, or other organizations outside the researcher and research participants. This study shows the results that there is a link between communication skills and negotiation success. There are 2 approaches in data analysis, namely the first to formulate the problem, the second to collect secondary data. Communication skills are able to make a negotiator subtly persuade the interlocutor to follow the negotiator's wishes without them being aware of it. Of course, this can be achieved by preparing and understanding the characteristics of the negotiating opponent.

Keywords: Skills, communication, negotiation.

Pendahuluan

Bisnis merupakan suatu aktivitas penyaluran barang atau jasa kepada konsumen dari proses produksi untuk mendapatkan keuntungan atau laba (Putra, 2020) Ilmu pengetahuan yang baru, metode produksi yang terus mengalami perbaikan serta teknik *marketing* yang lebih efektif sebagai akibat dari kemajuan teknologi merupakan upaya untuk menghasilkan barang maupun jasa dengan lebih efisien (Sari et al., 2020). Salah satu cara agar lebih efisien salah satunya adalah dengan menggunakan kemajuan teknologi.

Kemajuan teknologi komunikasi mendorong dunia bisnis terus melakukan inovasi sehingga mengalami perkembangan yang pesat. Banyak orang yang memutuskan beralih profesi menjadi seorang pengusaha karena penghasilan yang menjanjikan dari berbisnis. Apalagi di masa pandemi Covid-19 yang berdampak pada tingginya tingkat PHK dan berkurangnya penghasilan, oleh karena itu tidak sedikit orang yang mencari tambahan penghasilan dengan berbisnis. Tercatat ada sekitar 74,3% dari 12.216 respons sampel rumah tangga di Indonesia yang tersebar di 34 provinsi mengalami penurunan pendapatan sejak adanya pandemi. Walau baru terkonfirmasi hanya sekitar 14% pencari nafkah utama yang terpaksa beralih pekerjaan sebagai imbas dari pandemi Covid-19, namun 47,3% dari angka tersebut adalah mereka yang berpindah profesi dari sektor formal menjadi pekerja bebas seperti berbisnis (Putri, 2021) Intinya negosiasi bisnis adalah untuk mencapai tujuan yang diharapkan dari hasil negosiasi, namun demikian, tujuan dari kedua hal tersebut seringkali bertentangan (Mardani, 2012).

Kemudahan yang ada dan jangkauan informasi yang semakin meluas ini, manusia terus berusaha memenuhi kebutuhan dan hasratnya dengan lebih baik. Dalam penyampaian keinginan dan hasratnya inilah manusia dengan fitrahnya sebagai makhluk sosial tidak pernah lepas dari peran penting komunikasi (Savitri, 2019). Komunikasi negosiasi telah menciptakan tantangan baru, seiring bisnis menjadi global, dan jarak antara kedua pihak tidak memungkinkan untuk bernegosiasi sepenuhnya untuk memanfaatkan sepenuhnya daya tawar dari jarak jauh (Peleckis, 2014).

Komunikasi adalah kegiatan menyampaikan informasi, pesan, dan berita kepada lawan bicara baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi berhubungan erat dengan keterampilan, baik keterampilan yang diasah maupun yang alami. Walaupun seseorang memiliki kemampuan membaca yang baik, ketelitian ketika menulis dan mendengarkan, serta kefasihan dalam berbicara, namun tidak memiliki keterampilan berkomunikasi, maka komunikasi yang dia lakukan tidak dikatakan sebagai komunikasi yang efektif.

Sebuah penelitian oleh para pebisnis profesional yang mengungkapkan bahwa

komunikasi merupakan urutan tertinggi keterampilan yang menunjang keberhasilan pencapaian usaha dalam sebuah bisnis. Karena semakin baik komunikasi yang terjalin, sangat dimungkinkan semakin baik pula kerja sama di antara keduanya. Penelitian lain oleh pakar komunikasi menyebutkan bahwa seorang pemimpin atau manajer menghabiskan waktu kerjanya paling tidak 75% - 90% untuk berkomunikasi (Utami, 2017). Seorang pebisnis mampu menghindari kesalahpahaman sehingga dapat menjual produknya dengan baik berkat komunikasi yang baik pula (Sunarsi, 2020). Lantaran pada aktivitas bisnis, seperti marketing, tentunya membutuhkan komunikasi yang baik dengan konsumen agar produk yang kita tawarkan bisa diterima sepenuhnya (Ferinia, 2021).

Selain komunikasi, elemen lain yang tidak kalah penting dalam kehidupan dan dunia bisnis adalah negosiasi. Setiap hari tanpa kita sadari, dalam menjalani kehidupan kita selalu terlibat dengan negosiasi. Bahkan kesuksesan hidup seseorang sangat bergantung pada keberhasilan negosiasi yang dilakukannya. Di mana pun, kapan pun dan dengan siapa pun, kita pasti pernah melakukan negosiasi (Hamirul, 2020).

Negosiasi adalah aktivitas tawar-menawar atau perundingan untuk mendapatkan solusi terbaik yang dapat diterima semua pihak yang terlibat. Hartman menyebutkan bahwa negosiasi adalah proses komunikasi antara dua pihak yang memiliki masalah yang sama dan berusaha mencapai kesepakatan yang memuaskan kedua belah pihak berdasarkan tujuan dan pandangan mereka sendiri. Secara sederhana negosiasi dimaknai sebagai sebuah proses lanjutan dari perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk menghasilkan kepuasan semua pihak yang berkepentingan. Dalam prosesnya, negosiasi umumnya melibatkan dua pihak, pihak pertama sebagai pemrakarsa negosiasi yang disebut negosiator dan pihak kedua sebagai lawan negosiasi yang disebut *Advisory* (Hadi, 2018).

Kegiatan bisnis tidak akan lepas dari berbagai kepentingan yang melibatkan banyak pihak, untuk itu dibutuhkan media sebagai tempat penyampaian kepentingan, dan negosiasi merupakan salah satu wadah yang tepat untuk mengomunikasikan keinginan kita (Hadi, 2018). Komunikasi yang terdiri dari komunikator, komunikan, pesan atau informasi, media dan efek menjadi hal paling penting yang harus dipahami sebelum bernegosiasi. Keinginan yang telah tersusun rapi baik pada skala kecil maupun besar dalam suatu program / proyek kegiatan, ditentukan berhasil atau tidaknya melalui proses negosiasi (Saefullah, Cangara, & Salle, 2018). Dengan berbagai pengalaman dan rasa memiliki minat yang sama tentang memiliki lebih banyak untuk dimenangkan dengan bernegosiasi dari pada dan beberapa tingkat saling ketergantungan menurut Alfredson Cungu, Hammer, Kelman dalam (Erdal, 2019)

Asas negosiasi adalah mengungkapkan hal yang menjadi hak milik dengan cara yang terhormat. Demi meningkatkan nilai diri dan kehidupan, keterampilan negosiasi penting untuk dimiliki. Suatu negara dapat berhasil menyelesaikan konflik dan membangun kerja sama antar negara bergantung kepada kemampuan wakil negosiasi yang ditunjuk. Contoh nyata dari keberhasilan proses negosiasi adalah kontrak tambang *Freeport* di Papua yang menghasilkan divestasi saham sebesar 51%, pembangunan *smelter* dalam lima tahun, dan mengikuti aturan pajak pemerintah. Kesepakatan ini dapat diraih tentunya melalui negosiasi panjang dan rumit yang dilakukan oleh para negosiator handal yang dipilih oleh pemerintah (Haryani, 2018)

Negosiasi sebagai hubungan antara pengusaha dan *supplier*, pengusaha dan pelanggan, pengusaha dan investor, dan sebagainya, mengambil peran komunikator dan komunikan menjadi sebuah proses penting dalam tawar menawar dan

pelaksanaannya tidak terlepas dari etika dan bahasa yang digunakan. Etika dapat memberikan dorongan terhadap kesadaran moral sehingga memiliki batasan-batasan bagi seorang pengusaha maupun pebisnis agar dapat bernegosiasi tanpa adanya kecurangan yang dapat merugikan pihak terkait (Hutabarat, 2019). Sedangkan bahasa meliputi bahasa verbal dan bahasa tubuh, menjadi hakikat keberhasilan negosiasi. Penataan terhadap bahasa tubuh yang baik sangat diperlukan agar apa yang disampaikan dapat meyakinkan lawan bicara.

Semakin jelas hubungan antara keterampilan komunikasi dengan keberhasilan negosiasi dalam kemajuan perusahaan. Karena banyak perusahaan yang sudah bertahun-tahun dibangun hancur dan berantakan hanya karena gagal dalam negosiasi, akibat kemampuan komunikasi yang buruk. Untuk itu, pembahasan dari topik ini akan dimulai dari pengenalan tentang negosiasi, komunikasi, komunikasi dalam negosiasi dan strategi negosiasi serta tips menjadi seorang negosiator yang handal (Panuju, 2018). Pentingnya penelitian ini adalah untuk bisa bernegosiasi dengan baik melalui komunikasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui cara meraih keberhasilan negosiasi bisnis melalui keterampilan berkomunikasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode analisis data sekunder. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia yaitu hasil dokumentasi maupun publikasi orang lain, dengan artian peneliti tidak menggali atau menghimpun data secara langsung dalam penelitiannya. Terdapat dua macam data sekunder, yaitu data sekunder dari hasil penelitian orang lain dan data yang bersumber dari administratif kelembagaan. Peneliti menggunakan keduanya dalam proses penelitian ini.

Sama halnya dengan data primer, data sekunder pun dapat bersifat kualitatif dan kuantitatif. Dari proses dan hasil yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa penelitian ini bersifat kualitatif. Berdasarkan modul rancangan penelitian (Kementrian, 2019), penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai penelitian yang menggunakan data deskripsi yang berupa kalimat tertulis ataupun lisan dari subjek yang diamati.

Proses pokok dalam menganalisis data sekunder menurut Katherinr McCaston dalam (Ernawati, 2020) yaitu *“collecting and analyzing a vast array of information”* yang artinya menghimpun data dan menganalisisnya. Peneliti menggunakan dua pendekatan dalam melakukan analisis data sekunder. pertama, dimulai dengan membuat rumusan masalah yang kemudian dikumpulkan data sekunder yang relevan dengan penelitian kami. Dalam hal ini peneliti mencari informasi yang berhubungan dengan keberhasilan negosiasi yang dikaitkan dengan keterampilan komunikasi.

Pendekatan kedua yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data sekunder, kemudian menganalisis serta mencermati aspek-aspek yang berhubungan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan dengan data yang didapat untuk dimunculkan sehingga dilakukan penyesuaian antara data yang tersedia dengan informasi yang ingin didapatkan.

Hasil Penelitian

A. NEGOSIASI : DEFINISI, ELEMEN, TIPE DAN TUJUAN

Definisi mengenai negosiasi telah banyak dikemukakan. Tidak ditemukan pengertian baku mengenai definisi negosiasi. Definisi tersebut dapat berubah makna sesuai dengan perspektif dari berbagai pihak yang terlibat dalam negosiasi. Pemahaman tentang negosiasi menjadi sesuatu yang amat berguna untuk menangka

tujuan dari negosiasi (Musman, 2016). Secara umum kata negosiasi berasal dari kata *Negotianus* yaitu akar kata bahasa latin, berupa jenis kata lampau dari *Negotiare*, yang memiliki makna melakukan bisnis atau menjalankan bisnis. Selain itu, kata negosiasi juga berakar kata bahasa inggris yaitu *to negotiating* yang berarti mendiskusikan, merundingkan, tawar menawar, atau membicarakan peluang dari suatu kondisi. (Sunarya, 2020) yang dikutip dalam buku “Sukses Negosiasi dengan Siapa Saja Kapan Saja & Di mana Saja” menuturkan bahwa negosiasi merupakan sebuah bentuk perjamuan bisnis antar pihak yang didalamnya terdapat suatu proses memberi, menerima dan tawar-menawar. Di sisi lain, negosiasi merupakan ijab kabul dari sebuah korelasi antara semua pihak dalam negosiasi agar saling memberi dan menerima segala hal yang telah disetujui bersama.

Berdasarkan pemahaman terhadap negosiasi, penting untuk diketahui bahwa terdapat dua elemen dalam negosiasi. Elemen–elemen tersebut antara lain:

1. Negosiasi merupakan sebuah proses interaksi yang melibatkan pihak terkait ke dalam sebuah hasil akhir dengan menggunakan argumentasi atau persuasi dan menyelesaikan perbedaan mereka agar mencapai sebuah solusi yang mampu diterima oleh semua pihak sehingga terjadi *dealing*.
2. Terjadi hubungan lebih dari satu orang apalagi antar komunikasi yang dilakukan baik secara lisan yang langsung, walaupun terkadang dengan elemen tertulis yang substansial. Karena dalam pelaksanaannya, sikap dan emosi manusia sangat mempengaruhi kemajuan hasil negosiasi, tidak hanya oleh logika argumentasi masing–masing pihak. Harga diri, kemarahan, humor dan rasa takut akan persaingan juga merupakan unsur utama dalam proses negosiasi.

Orang yang melakukan negosiasi atau perundingan biasanya disebut dengan negosiator. Sebagai seorang negosiator, bekal ilmu pengetahuan, keterampilan dan naluri melakukan negosiasi adalah hal yang harus dimiliki. Berdasarkan kaitannya dengan subjek yang terlibat dalam negosiasi, kualitas negosiasi dapat berbeda-beda tergantung kepada mereka yang bernegosiasi atas nama diri sendiri atau sebagai wakil. Mereka yang bertindak mewakili dirinya pribadi memiliki kebebasan untuk dapat menentukan batasan dan sasaran serta cenderung cepat mengambil keputusan. Sedangkan negosiator yang bertindak sebagai wakil perusahaan atau lembaga dapat dikatakan kurang bebas.

Namun keduanya tetap mengandung unsur untung dan rugi. Peran langsung, memiliki posisi yang terbuka menjadikan negosiator tidak memiliki kesempatan untuk mundur. Sedangkan peran sebagai seorang wakil yang terbatas dan mungkin mengurangi kredibilitas seorang negosiator, tetapi memberikan kesempatan untuk mendapatkan waktu untuk menawarkan kemungkinan memecahkan jalan buntu dengan mengalihkan negosiasi ke arah baru yang lebih tinggi. Untuk itu, ada beberapa gaya bernegosiasi yang perlu diketahui oleh seorang negosiator baik bagi mereka yang berperan langsung ataupun sebagai wakil, diantaranya:

1. Gaya petarung (*fighter*) adalah negosiator yang berorientasi tinggi dan serius pada tugasnya.
2. Gaya kolaborator (*collaborator*) adalah negosiator yang dalam sepak terjangnya bertujuan meraih segalanya, memiliki keberanian dalam menghadapi segala masalah, serta memiliki model perundingan yang kreatif.
3. Gaya kompromistis adalah negosiator yang berusaha mencari persetujuan atau kompromi dengan jalan damai dalam menyelesaikan masalah.
4. Gaya negosiator curang adalah negosiator yang menggunakan semua cara untuk menang. Baik dengan cara memanipulasi data - data ataupun tindakan lain, agar

pihak lawannya kalah.

5. Gaya negosiator profesional adalah negosiator yang paham dengan hal yang sedang dinegosiasikan dan mengerti bagaimana mendapatkan hasil yang diinginkan dengan cara dan metode yang benar. Jelasnya, ia menguasai pengetahuan dan cara bernegosiasi yang baik.
6. Gaya negosiator pura-pura bodoh adalah negosiator yang condong menghendaki kekalahan kedua belah pihak. Tidak memiliki kepedulian terhadap apa yang telah kerjakan. Untuk mengantisipasi hal semacam ini, peneliti harus memahami alasan pihak lawan menggunakan negosiator yang berpura-pura bodoh. Negosiator yang naif yaitu negosiator yang tidak memiliki kesiapan dalam bernegosiasi, ia tidak mengetahui pokok persoalan yang dinegosiasikan, bahkan memiliki kecenderungan percaya begitu saja kepada pihak lawan

Hakikat dari tujuan bernegosiasi ialah untuk menghasilkan *win-win solution*, yaitu kedua pihak memperoleh hasil yang diinginkan oleh masing-masing tanpa ada yang merasa dirugikan. Namun secara umum dapat kita uraikan tujuan dari negosiasi yaitu: 1) untuk meraih kesepakatan; 2) untuk menemukan solusi, dan; 3) untuk memperoleh keuntungan.

B. KOMUNIKASI: DEFINISI DAN TUJUAN

Komunikasi berasal dari bahasa latin (*communicare*) dengan akar katanya “*communis*”, “*communicatus*” atau “*common*” yang dalam bahasa Inggris memiliki arti “sama”, dan kesamaan makna (*commonness*). Akar kata Latin lain dari “*communico*” yang berarti *to share* (berbagi). Ini berarti komunikasi merupakan sebuah aktivitas menyampaikan atau membagikan informasi melalui pertukaran pikiran, pesan atau informasi dengan sinyal, visual, ucapan, tulisan maupun perilaku.

William R. Rivers dkk. dalam (Pengertian, 2020). Membandingkan antara *communication* tanpa „s” untuk intensitas tunggal dan *communications* dengan „s” untuk intensitas jamak. Menurutnya, *communication* ialah suatu proses berkomunikasi. Sedangkan *communications* ialah sebuah alat teknis yang dapat digunakan saat proses komunikasi, seperti asap, genderang, butiran batu, telepon, telegram, film, alat cetak dan siaran. Dalam konteks lain, Edward Sapir juga menjelaskan tentang hal ini. Menurutnya, *communication* merupakan sebuah proses primer yang terdiri dari bahasa *nonverbal/gesture*, pola perilaku sosial dan peniruan perilaku. Berbeda halnya dengan *communications* yang merupakan teknik-teknik sekunder, sebuah instrumen dan berupa sistem yang mendukung proses komunikasi, contohnya kode *mouse*, terompet, telegram, pulpen, kertas, alat cetak, pemancar siaran radio/Tv serta film (Rahman, 2020).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi merupakan proses mengirim dan menerima pesan atau berita diantara dua orang atau lebih, sehingga informasi yang dimaksud dapat tersampaikan dengan baik dan dipahami. Semua perilaku dapat dikatakan komunikasi jika melibatkan lebih dari satu orang. Sebagian literatur lain menyebut komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi dengan diri sendiri, sehingga harus ada penekanan pada frase dua orang atau lebih disini (Ais, 2020)

Menurut Sahannon yang dikutip dari buku (Ais, 2020) mendefinisikan komunikasi sebagai proses memengaruhi pikiran orang lain. Maksudnya, semua kegiatan yang memiliki dampak terhadap orang lain atau memengaruhi pikiran dan perasaan orang lain, dapat dikategorikan kegiatan komunikasi.

Setelah memahami pengertian komunikasi, langkah selanjutnya adalah

mempraktikkan komunikasi tersebut secara efektif. Kita dapat mengutip paradigma Harold Lasswell yang mengatakan bahwa tata cara yang tepat untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan: *who - say, what - in, which channel - to, whom - with, what effect?* (siapa menyampaikan - apa, yang disampaikan - melalui, saluran apa - kepada siapa, dan apa pengaruhnya?). Dari paradigma ini kita dapat simpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan kepada komunikan oleh komunikator melalui sebuah perangkat atau media sehingga menimbulkan efek tertentu.

Ketika komunikasi menimbulkan umpan balik, hal inilah yang diistilahkan dengan proses komunikasi.

Hal terpenting dalam proses komunikasi ialah untuk kesamaan makna diantara orang yang melakukan komunikasi. Dengan proses ini, individu dapat melakukan penyesuaian diri dengan orang lain akibat suatu proses yang dinamakan pengiriman (*transmitting*) dan penerimaan (*communication*). Ketika proses komunikasi sudah dijalankan, tentu hal selanjutnya yang diharapkan adalah mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan dari komunikasi tersebut. Kita paham bahwa secara singkat, tujuan dari komunikasi adalah agar menciptakan kesepahaman diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Akan tetapi lebih dari itu, komunikasi memiliki tujuan-tujuan yang lebih spesifik, yaitu:

1. Informasi mudah dipahami

Sesuai dengan pengertiannya, komunikasi bertujuan agar informasi dapat tersampaikan oleh komunikator sehingga dipahami komunikan. Peran dari seorang komunikator ialah memberikan penjelasan terhadap pesan ataupun informasi yang dimilikinya sehingga mampu memperkecil terjadinya kesalahpahaman.

2. Memahami sesama individu

Tujuan komunikasi adalah supaya setiap individu mampu memahami individu lain dengan mengandalkan kemampuannya menjadi subjek yang membagikan pesan atau mendengarkan hal yang dibicarakan oleh orang lain.

3. Pesan mudah diterima

Tujuan komunikasi adalah mempermudah pesan agar diterima oleh lawan komunikasi. Agar gagasan kita lebih mudah diterima oleh orang lain, cara yang bisa kita lakukan adalah memadukannya dengan pendekatan persuasif. Jika komunikasi sudah dilakukan dengan benar, maka dapat dipastikan penyampaiannya pun akan terlihat baik.

4. Menggerakkan orang lain

Komunikasi dapat bertujuan menggerakkan orang lain agar melakukan hal yang selaras dengan apa yang komunikator harapkan. Lebih tepatnya, komunikator adalah orang yang memiliki inisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah relasi.

C. KOMUNIKASI DALAM NEGOSIASI

Negosiasi dapat dikomunikasikan dalam dua jenis, yaitu langsung dan tidak langsung. Negosiasi yang baik dilakukan langsung (*face to face*) ataupun secara tertulis dan keduanya sama-sama dikomunikasikan secara verbal. Saat negosiasi dilakukan dengan tulisan, hambatan dalam komunikasi bisa berbentuk pesan yang dikhawatirkan kurang tersampaikan, karena saat komunikasi dilakukan tertulis, pesan yang bersifat konkret berupa suara, mimik wajah, gerak-gerik dan bahasa lisan dari seorang negosiator tidak ditampakkan. Akhirnya pesan yang disampaikan hanya ternilai dari bahasa tulisan. Oleh karena itu, ketika negosiasi dilakukan secara tertulis ada beberapa bagian yang perlu diperhatikan.

1. Pembukaan

Dalam bagian pembukaan manuskrip negosiasi berisi informasi tentang pihak yang bermaksud melakukan negosiasi. Bagian ini umumnya mencakup latar belakang, prestasi, atau hal lainnya yang bisa membentuk citra yang baik kepada pihak kedua. Bagian ini berfungsi menarik minat dan memperkenalkan tema yang akan dibahas.

2. Isi

Teks negosiasi bagian isi biasanya berupa penawaran, permintaan, pembelian, persetujuan, pengajuan dan lain sebagainya yang pada dasarnya mengutarakan maksud negosiasi yang diajukan, jenis negosiasi yang digunakan dan seterusnya.

3. Penutup

Teks negosiasi pada bagian akhirnya berisi permohonan atau tuntutan kepada pihak yang diajak bernegosiasi agar menindaklanjuti penawaran, permintaan, pembelian, persetujuan dan pengajuan. Bagian ini memiliki fungsi menyingkat topik yang dinegosiasikan ke dalam fakta yang menguatkan. Tujuannya agar pembaca terkesan sampai pada akhirnya terjadi follow up untuk kelanjutannya.

Selain itu, untuk membuat kesan yang baik, penggunaan bahasa yang santun, kalimat permohonan yang benar, dan kalimat yang bersifat persuasif diterapkan agar menarik pihak kedua bersedia membaca atau bahkan menindaklanjuti negosiasi.

Negosiasi yang dikomunikasikan secara lisan tentunya akan menjadikan kedua belah pihak terlibat secara langsung baik *face to face* atau pun melalui media komunikasi. Negosiasi dengan menggunakan cara ini, mampu memberikan penjelasan dan saling pengertian terhadap topik atau isu yang akan dikomunikasikan, serta membuat komitmen konstruktif untuk mengatur proses negosiasi. Agar negosiasi dengan lisan berjalan lancar, perhatikan beberapa hal dibawah ini:

- a. Memiliki ketajaman berpikir,
- b. Sabar,
- c. Mampu beradaptasi,
- d. Memfokuskan diri terhadap tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau mencapai kesepakatan, dan
- e. Memiliki selera humor.

D. STRATEGI NEGOSIASI

Bekal mendasar yang mampu menentukan keberhasilan seorang negosiator dalam melakukan negosiasi selain kemampuannya dalam berkomunikasi adalah pemilihan strategi yang tepat dan teknik yang benar serta memenuhi prinsip-prinsip negosiasi yang telah dirancang. Prinsip-prinsip yang dimaksud di sini adalah:

1. Seorang negosiator perlu mengetahui pasti target yang ingin diraih.
2. Seorang negosiator perlu mengantongi wewenang untuk bernegosiasi.
3. Seorang negosiator wajib mendalami masalah.
4. Seorang negosiator wa mengenal baik mitra perundingnya.
5. Seorang negosiator harus menguasai pemahaman tentang hal yang bukan merupakan prinsip dan prinsip.

1. JENIS- JENIS STRATEGI DALAM BERNEGOSIASI YAITU:

a. Win - Win

Strategi *win – win* merupakan strategi negosiasi yang memprioritaskan kepentingan kedua belah pihak agar memperoleh kesepakatan. Negosiasi ini menjadikan pihak pertama dan pihak kedua menang, sehingga banyak orang yang memilih

menggunakan strategi negosiasi ini untuk mendapatkan keinginan kedua pihak. Kelebihan negosiasi dengan strategi ini adalah sama-sama saling membutuhkan. Sedangkan kelemahan dari strategi ini adalah membutuhkan waktu yang lebih lama. Contoh negosiasi *win - win*: penghasil teh terbesar kelima di dunia adalah Indonesia dan mengeksport tehnya kepada Jepang, karena di Jepang terdapat ritual minum teh di sana.

b. *Win - Lose*

Strategi *win - lose* ini menghasilkan pihak satu yang menang dan pihak lain yang kalah, Sehingga negosiasi ini hanya menghasilkan pihak yang satu menang dan pihak lain rugi. Pihak *Win* adalah pihak yang dibutuhkan. Pihak ini menghalalkan berbagai cara yang mengakibatkan pihak lawan tidak memperoleh apa pun. Contoh dari strategi *win-lose*: kebanyakan perusahaan yang menerapkan sistem kontrak kepada karyawan nya dengan alasan perusahaan tidak ingin rugi dengan memenuhi tunjangan-tunjangan sehingga karyawan hanya mendapat gaji pokok saja. Dalam kasus semacam ini, pihak yang kalah adalah karyawan sebagai dan pihak yang menang adalah perusahaan

c. *Lose - Win*

Strategi ini merupakan strategi negosiasi di mana salah pihak satu akan kalah dan yang menang adalah pihak kedua. Sebagai pihak dikalahkan, kita hanya memfasilitasi pihak *Win*. Walaupun kalah, tapi kita masih memperoleh sedikit kemenangan. Contoh dari strategi *lose - win* adalah *reservation point/price*, dari sepuluh tuntutan yang diajukan, hanya dipenuhi enam.

d. *Lose - Lose*

Ketika negosiasi menjadikan semua pihak tidak mendapatkan keinginan masing masing, maka negosiasi semacam ini dinamakan *lose - lose*. Negosiasi menggunakan strategi ini hanya menghasilkan kerugian. Akhirnya kedua pihak yang mengalami kekalahan bersama sama, sepakat untuk memilih tidak bersepakat. Strategi ini digunakan untuk menghindari kerugian yang lebih besar. Perang Irak – Iran dapat kita jadikan contoh strategi *lose - lose*. Akibat keduanya mengalami kekalahan dan kerugian yang amat besar, pada akhirnya mereka bersepakat untuk berdamai agar terhindar dari kerugian semakin besar.

2. PERTIMBANGAN AWAL MELAKUKAN NEGOSIASI

John R. Hook mengutarakan faktor - faktor yang perlu dipertimbangkan sebelum melakukan negosiasi, yaitu:

1. Menguasai Akar Masalah

Sebelum negosiasi berlangsung, kita harus berusaha mendapatkan gambaran yang jelas tentang fakta dan inti pertentangan yang sebenarnya. Jangan pernah meremehkan masalah-masalah yang belum tentu kebenarannya sebab dalam negosiasi diperlihatkan kejelasan pandangan yang memadai.

2. Kadar Konflik

Keseriusan dalam menghadapi masalah dari kelangsungan negosiasi haruslah diperhitungkan. Adakalanya penolakan dan persetujuan negosiasi melibatkan emosi. Ketika penyelesaian tidak begitu darurat, seringkali menunda negosiasi mampu mengurangi intensitas situasi sehingga dapat terkendali.

3. Tindakan Utama

Menentukan tindakan sebelum negosiasi dilakukan dengan pertimbangan kepentingan lain sangatlah penting untuk menghindari efek negatif terhadap hubungan kita dengan pihak lawan.

4. Karakteristik Pihak Lawan

Prosedur dasar yang paling harus kita perhatikan dalam bernegosiasi ialah memastikan bahwa kita melakukan perundingan dengan orang yang tepat. Setelah kita merasa telah memilih lawan yang tepat untuk diajak berunding, selanjutnya kita akan menganalisis karakter orang tersebut agar dapat menentukan gaya komunikasi semacam apa yang harus diterapkan.

5. Perbedaan Kedudukan.

Di beberapa kondisi kedudukan menjadi masalah besar saat salah satu pihak ingin menunjukkan kekuasaan pada yang lain. Oleh karena itu, ada dua hal yang harus kita mencermati, yaitu kedudukan pihak kita dan pihak lawan negosiasi serta kecenderungan keduanya terhadap penggunaan kekuasaan. Adapun pengalaman kita dalam hal berhubungan dengan orang tersebut dapat kita jadikan pedoman saat melakukan negosiasi.

6. Status dan Kepentingan Hubungan

Jangan sampai negosiasi merusak hubungan dan sebaiknya dicairkan dengan jalan lain dan dihindari oleh kedua belah pihak.

7. Tujuan

Memperkirakan tujuan lawan adalah hal yang sulit sehingga memerlukan empati untuk memudahkan kita untuk mencermati tidak hanya sudut pandang lawan saja, tetapi juga kepentingan - kepentingan pribadinya.

8. Kesempatan Mengembangkan Solusi Kreatif

Negosiasi dapat melatih kita mendapatkan jawaban yang kreatif yang membebaskan pikiran selama tidak melanggar ketentuannya.

9. Efek dari Kekalahan

Kita bisa memilih mundur dan tidak memperpanjang masalah jika ada prediksi akibat dari kekalahan negosiasi bisa berupa turunnya reputasi kita dalam organisasi, menghambat kemampuan kita dalam memimpin, dan merusak hubungan baik.

10. Efek dari Kemenangan

Jangan sampai kita memenangkan negosiasi justru menjadikan atasan maupun rekan kerja kita menaruh curiga yang besar bahkan menunjukkan kemarahan. Walaupun menang, hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa kemenangan yang didapat tidak sebanding dengan kerusakan hubungan yang telah terjalin sangat lama. Lagi - lagi mundur sebelum negosiasi sepakat barangkali menjadi keputusan yang paling baik Musman dalam (Sunarya, 2020)

Dalam proses bernegosiasi ada beberapa tahapan proses yang akan dilalui oleh seorang negosiator agar negosiasi dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan keinginan. Agar mencapai kesepakatan dan hasil yang dituju, sehingga memerlukan suatu pendekatan yang terstruktur dan sistematis dalam bernegosiasi.

Di bawah ini terdapat enam tahapan yang harus diketahui oleh seorang negosiator dan pihak-pihak yang bersengketa dalam negosiasi.

1. Persiapan

Tahap pertama dari proses negosiasi adalah persiapan. Penentuan waktu dan tempat berlangsungnya negosiasi harus dikomunikasikan dan disepakati terlebih dahulu oleh semua pihak yang akan terlibat. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya perselisihan yang berkelanjutan. Pada tahap ini hal yang harus dimiliki negosiator adalah pengetahuan dan pengalaman agar dapat memastikan seluruh fakta dan situasi terkait agar memahami kedudukan pihak yang akan diajak bernegosiasi. Persiapan sebelum presentasi juga harus dilakukan demi kelancaran dan keberhasilan negosiasi.

2. Penyusunan

Kualitas negosiasi dipengaruhi oleh penyusunan langkah-langkah awal sampai akhir yang padu dan sistematis. Penyusunan ini bertujuan mengarahkan proses negosiasi agar tidak melenceng dari jangkauan yang telah disepakati. Pada tahap ini, masing-masing pihak berdiskusi dan saling bertukar ide, saran, atau yang menjadi masalah utama. Oleh karena itu, pada fase ini seorang negosiator memerlukan keterampilan bertanya, mendengar, dan melakukan klarifikasi,

3. Pengumpulan Data/Mengklarifikasikan Tujuan

Kesalahpahaman yang menimbulkan masalah dalam sebuah proses negosiasi dapat dihindari dengan pengumpulan data dan klarifikasi tujuan. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mengetahui kepentingan dan sudut pandang dari berbagai pihak yang bersitegang yang dilakukan setelah adanya sebuah diskusi untuk diklarifikasi selanjutnya. Untuk itu, kemampuan membaca karakter lawan negosiasi harus dimiliki seorang negosiator.

4. Pemilihan Strategi untuk *Win-Win Outcome*

Pada tahap ini fokus paling utama adalah kepada hasil. Ketika seorang negosiator paham dengan tujuannya, maka ia akan menyusun strategi dan menjalankannya guna meraih hasil terbaik. Tentu hasil yang paling umum yang ingin diraih dari negosiasi adalah *win-win solution*. Di mana *win-win solution* ini akan menjadikan semua pihak merasa memperoleh hal yang baik dan merasa bahwa pandangannya telah dipertimbangkan. Di tahap ini seorang negosiator berperan sebagai penengah dan tidak memihak salah satu pihak agar tidak ada rasa keberpihakan dalam proses negosiasi

5. Perjanjian

Setelah memahami dan mempertimbangkan pendapat dan kepentingan dari semua pihak, tahap selanjutnya adalah membuat perjanjian. Dalam hal ini semua pihak harus tahu betul apa yang telah menjadi keputusan bersama. Untuk mencegah timbulnya persoalan di kemudian hari dari sebuah perjanjian, baiknya seorang negosiator membuat perjanjian hitam di atas putih agar perjanjian tersebut lebih kuat.

6. Memenuhi Kesepakatan dari Hasil Perjanjian

Langkah terakhir adalah merealisasikan hasil perjanjian yang sudah disepakati oleh semua pihak. Apabila di tengah-tengah penerapan perjanjian merasa ada yang tidak sesuai, maka harus diselesaikan melalui cara yang sudah ditetapkan dalam perjanjian baik itu tertulis maupun tidak tertulis. Pada tahap inilah berhasil atau tidaknya negosiasi dapat dilihat.

E. TIPS MENJADI NEGOSIATOR HANDAL

Untuk menjadi negosiator yang baik, ada beberapa strategi khusus dan sikap-sikap tertentu untuk mencapai kesepakatan dalam bernegosiasi, yaitu:

1. Pantang Menyerah

Proses negosiasi akan menguras waktu dan pikiran, sehingga seorang negosiator dituntut untuk kuat secara mental dan fisik. Negosiator tidak boleh cepat putus asa. Selain itu, negosiasi berjalan dengan cepat dan lancar, negosiator harus pandai mengatur waktu dalam memberikan kesempatan bicara kepada pihak yang terjun dalam proses negosiasi.

2. Memiliki Kemampuan Komunikasi yang Baik

Dalam beberapa hal, proses negosiasi dapat berpotensi menimbulkan konflik, sehingga sikap komunikatif sangat dibutuhkan bagi seorang negosiator.

Keterampilan berkomunikasi mencakup aspek mendengar, meneliti, menggambarkan dan mengajak/membujuk. Agar negosiasi menghasilkan sebuah kesepakatan, maka aspek tersebut harus menjadi satu kesatuan.

Ketika negosiasi dilakukan, teknik komunikasi yang harus diperhatikan adalah ketepatan dalam memulai pembicaraan, kesesuaian topik pembahasan, tidak langsung melakukan penentangan ketika terdapat perbedaan pendapat namun dihadapi dengan suatu persetujuan yang diikuti dengan kata "tapi", dan penyampaian dengan cara yang bijaksana dan elegan.

3. Memiliki Kecerdasan dan Wawasan yang Luas

Seorang negosiator yang memiliki kecerdasan dan wawasan yang luas, akan cenderung lebih mudah dalam mendapatkan solusi dari berbagai masalah dan mampu mengambil keputusan yang terbaik.

4. Memiliki Selera Humor

Ketegangan dalam proses negosiasi dapat dikurangi dengan humor. Selera humor yang dimiliki seorang negosiator mampu menciptakan suasana yang akrab dan santai. Akan tetapi, seorang negosiator juga harus tetap menyampaikan gagasannya dengan secara lugas dan berbobot. Gagasan yang disampaikan dalam perundingan atau negosiasi yang diselengi sedikit humor akan mampu mencairkan suasana. Selain itu juga, selingan dengan humor atau candaan akan membuat *partner* / klien akan merasa tidak dipojokan

5. Bersikap Positif

Sikap positif akan mengarahkan negosiasi ke arah yang positif pula. Seorang negosiator yang tidak terlepas dari interaksi dengan pihak lain, harus mampu memberikan aura yang positif.

6. Memiliki Perhatian terhadap Klien

Seorang negosiator harus memiliki sikap perhatian terhadap masalah yang dihadapi oleh kliennya. Sikap tenggang rasa dapat membuat klien merasa hal yang membelitnya itu didengar, diperhatikan, dan dirasakan, sehingga respons yang diberikan pun akan baik.

7. Bersikap Sabar

Negosiator yang memiliki kesabaran akan mudah membaca peluang ketika terjadi hal yang tidak menyenangkan. Ia harus mengendalikan emosi dan mengedepankan sikap sabar ketika berhubungan dengan orang lain.

8. Menjunjung Kejujuran

Hal utama yang harus dimiliki seorang negosiator adalah kejujuran. Kejujuran lahir dari kebenaran yang selalu terbukti. Maka ketika seorang negosiator mampu membuktikan kebenaran tentang apa yang terjadi kepada kliennya, maka akan meningkatkan kepercayaan negosiator, yang merupakan kunci sukses.

9. Inisiatif, Solutif dan Kreatif

Seorang negosiator harus memiliki sikap yang dinamis dalam menghadapi segala permasalahan. Negosiasi dituntut bersikap solutif, inisiatif, dan kreatif. Dengan sikap ini seorang negosiator dapat menganalisa setiap permasalahan yang ada sehingga mampu mengambil keputusan yang tepat dan cepat karena sikap ini erat kaitannya dengan kemampuan dalam pemecahan masalah atau *problem solving*.

10. Sensitif atau Peka

Umumnya negosiasi dilakukan tatap muka, sehingga saat negosiasi berlangsung penggunaan bahasa lisan, gestur, dan mimik wajah akan mempengaruhi penilaian. Dengan demikian, sebagai negosiator yang handal, kepekaan terhadap hal yang berkaitan dengan kondisi ataupun perubahan dalam proses negosiasi haruslah

dimiliki. Seperti halnya ketidakjujuran dalam negosiasi akan mudah terdeteksi ketika seorang negosiator memiliki sensitivitas dalam menilai situasi negosiasi yang sebenarnya

Terkait pemaparan yang sudah dijelaskan di atas, maka penelitian tersebut sudah relevan dengan penelitian (Utami, 2017) dengan judul “Efektivitas Komunikasi Negosiasi dalam Bisnis” dimana penelitian tersebut menerangkan tentang bagaimana negosiasi berjalan dengan baik dan sehingga mencapai tujuan masing masing tanpa adanya pihak yang dirugikan.

Kesimpulan

Ada keterkaitan antara keterampilan komunikasi dan negosiasi bisnis dalam kemajuan sebuah perusahaan. Karena komunikasi dalam proses pengiriman pesan atau informasi sangat mempengaruhi keberhasilan negosiasi. Sedangkan negosiasi sebagai media penyampaian kepentingan memiliki peran besar dalam kemajuan sebuah perusahaan atau bisnis. Ini berarti, untuk mencapai kesuksesan perusahaan, salah satu jalan yang harus ditempuh adalah dengan berhasilnya negosiasi. Ketika negosiator dapat mengomunikasikan keinginannya dengan baik dan mampu memberikan pemahaman terhadap pihak lain, negosiasi akan berhasil.

Bibliography

- Ais, R. (2020). Komunikasi Efektif di Masa Pandemi. *Tangerang Banten: Makmood Publishing.*
- Erdal, Marta Bivand. (2019). Negotiation dynamics and their limits: Young people in Norway deal with diversity in the nation. *Political Geography*, 73(October 2017), 38–47. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2019.05.010>
- Ernawati, Nunung. (2020). *Buku Ajar Mata Kuliah Metodologi Riset Penelitian Data Sekunder*. Poltekkes RS dr. Soepraoen.
- Ferinia. (2021). Komunikasi Bisnis. Retrieved 03 01, 2021, from Jurnal Entrepreneur. *Entrepreneur.*
- Hadi, Rizali. (2018). *Buku Ajar Komunikasi Bisnis*. Aswaja Pressindo.
- Hamirul, Hamirul. (2020). *KOMUNIKASI DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN SOCIETY 5.0*. Pustaka Learning Center.
- Haryani, Dkk. (2018). *Penyelesaian Sengketa Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Hutabarat, Dina Amalia. (2019). *Strategi Komunikasi Sales Marketing PT. honda Indako Trading SM. Raja Dalam Melakukan Negosiasi Terkait Produk PCX Kepada Konsumen*.
- Kementerian, PUSDIKLAT (Pusat pendidikan dan pelatihan). (2019). *PUSDIKLAT (Pusat pendidikan dan pelatihan kementerian riset, t. d. (2019, Juli). PELATIHAN DOSEN PROFESIONAL PRATAMA. jakarta.*
- Mardani. (2012). *Fiqh ekonomi syariah*. jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.
- Musman, Asti. (2016). *Sukses Berbicara: dengan Siapa Saja, Kapan Saja & di mana Saja*. Anak Hebat Indonesia.
- Panuju, Redi. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Kencana.
- Peleckis, Keşstutis. (2014). International Business Negotiations: Innovation, Negotiation Team, Preparation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 64–73. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.848>
- Pengertian, Komunikasi. (2020). *Pengertian Komunikasi. (2020, Juni 11). Dipetik April 03, 2021, dari Kominikasi UIN Bandung Program Studi Jurnalistik dan*

Humani.

Putra. (2020). *PENGERTIAN BISNIS.*

Putri. (2021). *Survei: Hampir 75% Pendapatan Keluarga RI Drop Selama Pandemi. Dipetik April 24, 2021, dari CNBC Indosnesia.*

Rahman, Taufik. (2020). KOMUNIKASI DAKWAH UNTUK KAUM MILLENNIAL MELALUI MEDIA SOSIAL. *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(2), 67–85.

Saefullah, Saefullah, Cangara, Hafied, & Salle, Aminuddin. (2018).

KOMPLEKSITAS ANTARA HAK GUNA USAHA (HGU) DAN PENYELAMATAN ASET NEGARA TERHADAP TANAH-TANAH TERLANTAR MELALUI KOMUNIKASI (NEGOSIASI) OLEH BADAN PERTANAHAN NASIONAL (BPN) DI KABUPATEN ENREKANG.

KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1), 166–174.

Sari, Anggri Puspita, Anggraini, Dina Dewi, Sari, Marlynda Happy Nurmalita, Gandasari, Dyah, Siagian, Valentine, Septarini, Ri Sabti, Tjiptadi, Diena Dwidienawati, Sulaiman, Oris Krianto, Munsarif, Muhammad, & Siregar, Prima Andreas. (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Yayasan Kita Menulis.

Savitri, Astrid. (2019). *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*. Penerbit Genesis.

Sunarsi, Denok. (2020). *Kepemimpinan Bisnis Strategik*. Desanta Muliavisitama.

Sunarya, Asep. (2020). *SUKSES NEGOSIASI dengan Siapa Saja Kapan Saja & Di mana Saja.*

Utami, Faiqotul Isma Dwi. (2017). Efektivitas Komunikasi Negosiasi dalam Bisnis. *Komunike*, ix(2), 105–122.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.