

## STRATEGI KOMUNIKASI NEGOSIASI PENGUSAHA UNTUK MENCAPAI KESEPAKATAN BISNIS

Intan Khusnul Khotimah, Harmonis

PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS PASUNDAN

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Agustus 2024

Revised Agustus 2024

Accepted Agustus 2024

Available online Agustus 2024

Korespondensi: Email :  
yetnimar@plb.ac.id



This is an open access article under the [CC BY SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

### Abstrak

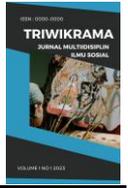
Keberhasilan suatu bisnis tidak lepas dari adanya kemampuan komunikasi dalam bernegosiasi. Proses negosiasi menjadi hal yang penting bagi seorang pengusaha untuk mendukung keberhasilan dan kemajuan bisnis. Agar negosiasi tersebut berjalan efektif maka diperlukan adanya strategi. Dalam hal bernegosiasi, terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh seorang pengusaha untuk mencapai kesepakatan dengan klien. Penulisan ini menjelaskan tentang bagaimana strategi komunikasi negosiasi seorang pengusaha untuk mencapai kesepakatan bisnis agar berhasil dan berjalan efektif. Metode ini menggunakan penelitian metode kualitatif dengan desain deskriptif menggunakan studi

kepustakaan. Hasil penelitian ini menyimpulkan dalam mencapai kesepakatan bisnis, strategi komunikasi negosiasi memainkan peranan yang penting. Beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha dalam proses negosiasi diantaranya yaitu strategi win-win solution, strategi kompromi, strategi persuasi, strategi terbuka, dan strategi taktis. Sebelum melakukan negosiasi, pengusaha sebagai negosiator dapat mempersiapkan beberapa tahapan penting seperti mengumpulkan informasi, kontak pertama (tahap penilaian), konfrontasi, konsiliasi, solusi, dan pasca negosiasi.

### PENDAHULUAN

Negosiasi adalah hal yang tanpa kita sadari setiap harinya kita lakukan, baik itu bernegosiasi dalam hal tawar menawar dengan penjual, ataupun negosiasi dalam mencapai kesepakatan bersama dengan teman, keluarga, ataupun rekan kita. Negosiasi dapat diartikan sebagai proses untuk mencapai kesepakatan bersama. Untuk mencapai suatu keberhasilan dalam bernegosiasi tentunya bukan hal yang mudah, karena seringkali kita dihadapkan dengan perbedaan pendapat, keinginan, atau kebutuhan.

Seiring perkembangan zaman yang semakin maju, bisnis usaha pun semakin banyak bermunculan sehingga semakin ketat persaingan antara pengusaha satu dan lainnya. Maka dari itu, seorang pengusaha harus mampu menjadi komunikator dan negosiator yang handal untuk mempertahankan bisnis mereka. Pengusaha yang mampu berkomunikasi dengan baik



dan menerapkan strategi yang efektif dapat meningkatkan integritas diri mereka di depan klien atau konsumen agar mendapat kepercayaan sehingga kesepakatan lebih mudah dilakukan.

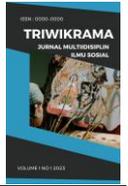
Komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan yang dilakukan secara verbal dan non verbal. Sedangkan bisnis adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk membuat atau menjual jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Jika kita gabungkan antara komunikasi dan bisnis maka menjadi suatu hal yang berguna dalam dunia usaha.

Setiap manusia pada dasarnya memiliki pemikiran, keinginan, dan kebutuhan yang berbeda, yang pada akhirnya tidak jarang menimbulkan konflik karena perbedaan kepentingan. Dalam penyelesaian konflik tersebut agar mendapat jalan dan kesepakatan bersama secara baik – baik maka diperlukan negosiasi. Dalam dunia bisnis, perbedaan antara satu individu dan individu lainnya kerap terjadi. Maka dari itu, proses negosiasi diperlukan untuk mencapai kesepakatan akhir bersama. Menurut Ulinuha (2013), Negosiasi bisnis merupakan serangkaian proses komunikasi terencana dimana dua orang atau lebih memiliki tujuan dan minat yang berbeda berkomunikasi dengan satu sama lain dan membuat keputusan tentang semua hal dengan tujuan meningkatkan dan mempertahankan standar hidup mereka.

Seorang pengusaha harus dapat memperhatikan kemampuan berkomunikasi yang baik dalam melakukan negosiasi. Makin baik komunikasi tersebut terjalin antara kedua belah pihak antar pelaku usaha dan klien, makin baik pula kemungkinan keberhasilan bisnis tersebut berjalan. Komunikasi yang baik dan efektif terjadi apabila pesan yang disampaikan komunikator diterima dengan baik oleh komunikan dan juga harus didasari dengan rasa saling menghormati, kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab. Maka dengan begitu, kita dapat lebih mudah mendapat kepercayaan dari klien.

Melalui negosiasi, kita dapat dengan mudah memperoleh apa yang kita inginkan. Contohnya saat kita berada di kantor, saat terjadi masalah yang perlu solusi maka kita bisa bernegosiasi dengan atasan, bawahan, ataupun rekan kerja untuk mendapat solusi terbaik. Terkadang kita juga tidak lepas dengan melakukan negosiasi kepada diri sendiri seperti memilih pakaian yang pantas dikenakan atau memilih produk yang lebih kita butuhkan untuk kita beli. Jadi, dapat dikatakan bahwa kita pun merupakan seorang negosiator.

Dalam hal bernegosiasi, agar dalam prosesnya berjalan efektif maka diperlukan strategi. Strategi dalam negosiasi suatu bisnis diperlukan untuk membantu tercapainya kesepakatan bersama antara pengusaha dan klien. Dengan melakukan strategi negosiasi bisnis yang efektif diharapkan mendapat pemahaman tentang apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelaku usaha atau pengusaha serta klien atau partner kerja. Sehingga terciptalah solusi yang dapat menguntungkan kedua belah pihak (win – win solution). Terdapat



beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh seorang pengusaha agar bisnis tersebut berjalan dengan efektif.

Tujuan dilakukannya penulisan artikel ini adalah untuk menjelaskan dan membahas mengenai strategi komunikasi negosiasi seorang pengusaha untuk mencapai kesepakatan bisnis agar berhasil dan berjalan efektif.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penulisan artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif. Data yang digunakan penulis dalam menyusun penulisan ini menggunakan studi kepustakaan. Dalam konteks ini, data yang digunakan untuk memperoleh penelitian tersebut yaitu melalui literatur review dimana peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang kemudian dikumpulkan, dianalisis dan ditarik sebuah kesimpulan.

Penulis mengambil keputusan dengan memperhatikan data mana yang akan digunakan dan dibuang. Untuk mengambil penggambaran dan verifikasi temuan akhir, reduksi data penulis mengacu pada proses menyempurnakan, memilih, memusatkan, menghilangkan, dan mengatur data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

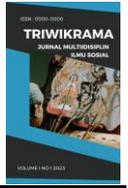
### **1. Komunikasi**

Pemaparan pengertian komunikasi dari beberapa ahli seperti Agus M. Hardjana (2016) menuturkan bahwa "Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan".

Deddy Mulyana (2015) "Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal yang dilakukan dua orang atau lebih".

Effendy (2005) "Komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu communication, dari kata communis yang diartikan sama, pengertian sama dimaksud adalah sama makna. Dalam bahasa Inggris disebut communication. Komunikasi harus mengandung menyamakan makna atau pesan antara dua pihak yang sedang berkomunikasi".

Dari berbagai pendapat komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang disampaikan komunikator baik secara verbal maupun non verbal kepada komunikan untuk menghasilkan feedback. Jadi dalam proses komunikasi itu terdapat pesan yang diterima komunikan sehingga menciptakan suatu pemahaman atau persepsi, dimana persepsi tersebut dapat mengandung arti berbeda tergantung dari pemahaman komunikan yang menerimanya. Komunikasi akan berjalan efektif apabila masing – masing pelaku yang terlibat di dalamnya itu memiliki persepsi yang sama. Jika ada perbedaan persepsi yang cukup besar, maka bisa menimbulkan konflik atau kesalahpahaman.



Komunikasi yang efektif dapat dilihat dari beberapa elemen yang ada dalam proses komunikasi. Elemen – elemen tersebut seperti yang dipaparkan oleh Machfoedz (2010), diantaranya yaitu:

- Pengirim pesan
- Penerima pesan
- Respons
- Umpan balik
- Gangguan pesan

Dengan melihat dari elemen tersebut, proses komunikasi terjadi karena adanya pengirim pesan atau komunikator dimana komunikator tersebut harus mengetahui dengan siapa dia berbicara (penerima pesan), pesan apa yang akan disampaikan, media apa yang digunakan, bagaimana pesan tersebut agar dapat dipahami dan diterima dengan baik, respons seperti apa yang diterima komunikan, dan umpan balik (feedback) dari pesan yang dia berikan.

Dalam berkomunikasi, agar prosesnya dapat berjalan secara efektif maka pesan yang disampaikan harus jelas, sesuai dengan tujuan, dan yang paling penting itu penerima dapat menerima dan memahami pesan dengan baik. Dalam dunia bisnis, komunikasi yang dilakukan secara efektif dapat mempengaruhi keberhasilan usaha, karena apabila komunikasi yang terjalin antara pengusaha dan klien tidak berlangsung baik maka dapat berpotensi gagal dalam memperoleh kesepakatan sehingga tujuan yang diinginkan oleh pengusaha menjadi tidak terpenuhi. Maka dari itu, penting bagi suatu pengusaha untuk membangun dan membina hubungan atau kedekatan yang baik dengan klien dengan meningkatkan kemampuan berkomunikasi.

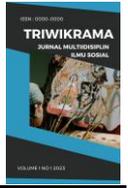
## 2. Negosiasi

Pemaparan pengertian negosiasi dari beberapa ahli seperti Jackman (2005) menuturkan bahwa “Negosiasi adalah sebuah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang pada mulanya memiliki pemikiran berbeda, hingga akhirnya mencapai kesepakatan”.

R. McGuire (2004) “negosiasi adalah keterampilan hidup yang membantu mencapai kompromi dalam situasi di mana kepentingan terpolarisasi (adanya perbedaan kepentingan)”

Ilana Zohar (2015) “Negosiasi adalah menemukan resolusi untuk konflik antara orang, kelompok, dan berbagai sumber daya yang sedemikian rupa sehingga situasi menang-menang (win-win) tercapai”.

Dari pemaparan beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa negosiasi adalah suatu kegiatan yang terjadi antara individu satu dengan individu atau kelompok lain yang pada awalnya memiliki pemikiran ataupun keinginan yang berbeda dengan tujuan akhir untuk mencapai kesepakatan bersama (win-win) solution dimana hal tersebut juga dilakukan untuk menghindari konflik yang kemungkinan dapat terjadi.



Negosiasi dapat berarti suatu pertimbangan atau diskusi yang mengarah pada suatu perjanjian atau kesepakatan dalam proses jual beli, tawar menawar maupun transaksi bisnis lainnya antara pengusaha dengan kliennya untuk mencapai sebuah kesepakatan dengan mempertimbangkan syarat ataupun penawaran yang dapat sama – sama menguntungkan sehingga dapat disetujui bersama.

Sebuah negosiasi didalamnya sudah pasti ada proses komunikasi yang melibatkan emosi, persepsi dan kata – kata antara dua pihak ataupun lebih. Tanpa adanya komunikasi, negosiasi tidak dapat terjadi. Dalam proses komunikasi, seorang negosiator berperan menjadi komunikator yang mengawali percakapan komunikasi tersebut terjadi. Oleh karena itu, penting bagi seorang negosiator untuk memahami terlebih dahulu karakter dari lawan bicara atau komunikannya.

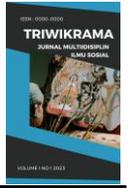
### **3. Peran Komunikasi dan Negosiasi dalam bisnis**

Komunikasi tentunya memiliki peranan penting dalam dunia bisnis. Salah satu usaha atau strategi yang dapat dilakukan agar bisnis tersebut berjalan lancar dan dapat mencapai kesepakatan dengan klien adalah dengan menjaga komunikasi agar dapat berjalan efektif. Komunikasi yang efektif dapat membangun hubungan yang baik dengan klien. Salah satu cara untuk menghindari dan mengelola konflik yang sering kali terjadi dalam berkomunikasi juga salah satunya adalah dengan komunikasi. Tak hanya itu, dengan komunikasi kita dapat memahami pelanggan dan merespons dengan baik terhadap kebutuhan dan keinginan yang sebenarnya mereka inginkan, sehingga pengusaha bisnis dapat menarik minat ketertarikan dan kepercayaan dari klien. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa komunikasi berperan penting dalam mencapai kesuksesan tujuan pengusaha agar mendapat kesepakatan bersama dengan klien.

Dalam komunikasi bisnis tentunya didalamnya juga berhubungan dengan adanya proses negosiasi. Proses negosiasi menjadi hal yang berperan penting dalam keberhasilan sebuah bisnis. Negosiasi dalam dunia bisnis dilakukan dalam tawar menawar untuk mencapai kesepakatan bersama. Dengan begitu, dapat dikatakan juga bahwa negosiasi digunakan untuk menjembatani kepentingan antara dua belah pihak yang berbeda. Dengan adanya peranan negosiasi, kemudahan untuk mengatasi konflik atau mendapatkan kontrak kerjasama akan lebih mudah. Maka dari itu, penting bagi seorang pengusaha atau negosiator untuk melatih komunikasinya dalam bernegosiasi agar dapat mempersuasi lawan bicara yang tentunya dengan adab atau etika yang benar dan baik.

### **4. Strategi Komunikasi Negosiasi untuk mencapai kesepakatan bisnis**

Pemaparan pengertian strategi komunikasi dari beberapa ahli seperti Middleton menuturkan bahwa “Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua komponen komunikasi, dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, hingga efek atau pengaruh yang dirancang agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang optimal”. (Cangara,2013)



Anwar Arifin (1984) "Strategi komunikasi adalah perhitungan kondisi dan situasi yang dihadapi dan yang akan dihadapi, untuk mencapai efektivitas"

Dari beberapa pengertian strategi komunikasi yang dipaparkan oleh beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah perencanaan dan manajemen dirancang agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang efektif dan optimal.

Strategi komunikasi negosiasi yang efektif dapat menjadi peran penting dalam keberhasilan suatu bisnis untuk mencapai kesepakatan bersama. Komunikasi yang dilakukan pun harus dilandasi dengan kejujuran, transparan, dan akurat agar menghindari konflik atau kesalahpahaman yang dapat berisiko hilangnya rasa kepercayaan klien. Maka dari itu, dengan melakukan strategi komunikasi yang efektif dapat membantu proses negosiasi sehingga mampu meningkatkan kepercayaan klien agar tertarik dan setuju dengan kesepakatan yang ditawarkan pengusaha bisnis.

Terdapat beberapa macam strategi negosiasi yang dapat dilakukan seorang pengusaha dalam mencapai kesepakatan bisnis dengan klien, diantaranya yaitu:

A. Strategi Win-Win Solution (Kemenangan Bersama)

Fokus pada strategi ini yaitu tercapainya kolaborasi agar mencapai kesepakatan bersama yang dapat menguntungkan pihak – pihak yang terlibat didalamnya tanpa adanya persaingan atau kerugian di salah satu pihak. Strategi ini dilakukan dengan mencari cara agar semua pihak dapat saling diuntungkan dan mendapat nilai yang sama.

B. Strategi Kompromi

Fokus pada strategi ini yaitu tercapainya titik tengah dalam suatu persoalan sehingga terciptanya kesepakatan. Strategi ini dilakukan untuk menghindari atau mengatasi konflik yang sedang terjadi agar tidak berkelanjutan seperti saat terjadi perbedaan yang cukup sulit antar kedua belah pihak maka dengan strategi kompromi diharapkan mendapat solusi dan kesepakatan yang cepat dan tepat.

C. Strategi Persuasi

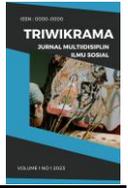
Fokus pada strategi ini yaitu berusaha meyakinkan pihak lain bahwa kesepakatan yang ditawarkan oleh negosiator adalah pilihan terbaik sehingga klien tertarik untuk menyepakati usulan tersebut.

D. Strategi Terbuka

Fokus pada strategi ini yaitu membangun kepercayaan klien dengan mengungkapkan informasi yang ada secara jujur dan terbuka. Strategi ini dilakukan agar mampu menciptakan hubungan bisnis yang kuat dengan klien.

E. Strategi Taktis

Fokus pada strategi ini yaitu menggunakan taktik-taktik spesifik selama bernegosiasi. Strategi ini dilakukan dengan cara taktik-taktik yang sudah dipikirkan matang – matang seperti memainkan penawaran harga, menggunakan jeda diam dalam bernegosiasi, atau mengajukan pertanyaan cerdas kepada klien.



Dalam melakukan negoasi, penting bagi seorang pengusaha atau negosiator untuk mempersiapkan beberapa tahapan penting yang harus dilakukan, diantaranya yaitu:

**Persiapan meliputi:** Pada tahap pertama ini negosiator dapat mengumpulkan informasi, menentukan tim negosiasi, mengusahakan lebih banyak mengenai profil klien, tujuannya adalah menumbuhkan kepercayaan diri dan kesiapan dalam melakukan negosiasi

**Kontak pertama:** Tahap ini adalah tahap pertemuan langsung antara kedua belah pihak yang terlibat dalam proses negosiasi. Tahap penilaian yang berlangsung diantara para negosiator dan biasanya pada tahap ini akan memunculkan kesan pertama antara kedua belah pihak

**Konfrontasi:** Tahap ini adalah tahap dimana sering terjadinya adu argumentasi antara kedua pihak terhadap segala sesuatu yang dinegosiasikan. Pada tahap ini terdapat perbedaan dan potensi perdebatan yang semakin memanas dan biasanya tidak terkendali disebabkan oleh kurangnya pengendalian emosi.

**Konsiliasi:** bentuk konsiliasi adalah melakukan tawar menawar untuk memperoleh titik temu atau kesepakatan yang betul-betul disepakati dan bermanfaat bagi kedua belah pihak. Seperti halnya proses tawar menawar antara penjual dan pembeli.

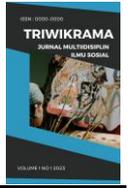
**Solusi:** tahap dimana kedua belah pihak mulai saling menerima dan memberi, atau dimana para negosiator mulai menemukan titik kesepakatan bagi kedua belah pihak dan menumbuhkan sikap saling memberi solusi terbaik bagi kedua belah pihak.

**Pasca negosiasi:** Tahap ini adalah tahap terakhir dari negosiasi yaitu bentuk konsolidasi bagi kedua belah pihak, apakah masing-masing pihak benar-benar memiliki komitmen atas segala yang telah disepakati bersama.

Dengan melakukan beberapa tahapan penting dalam bernegosiasi dan menerapkan strategi yang efektif dalam bernegosiasi, diharapkan seorang pengusaha sebagai negosiator dapat mencapai kesepakatan bisnis yang mudah dan cepat dengan klien. Seorang negosiator juga perlu meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi, belajar untuk memahami klien dengan mendengarkan pendapatnya, dan juga meningkatkan kemampuan adaptasi disaat situasi dengan mudahnya bisa berubah kapanpun.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Strategi komunikasi dan negosiasi memainkan peranan penting dalam mencapai kesuksesan bisnis. Kemampuan berkomunikasi juga merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam proses bernegosiasi dengan klien agar pengusaha dapat dengan mudah mempersuasi klien untuk mencapai kesepakatan bisnis bersama. Pengusaha perlu memperhatikan strategi seperti apa yang sekiranya perlu dilakukan dalam proses negosiasi tersebut. Beberapa strategi yang dapat dilakukan diantaranya yaitu strategi win-win solution, strategi kompromi, strategi persuasi, strategi terbuka, dan strategi taktis. Sebelum melakukan negosiasi,



pengusaha sebagai negosiator dapat mempersiapkan beberapa tahapan penting seperti mengumpulkan informasi, kontak pertama (tahap penilaian), konfrontasi, konsiliasi, solusi, dan pasca negosiasi.

Saran yang diajukan yaitu seorang pengusaha juga sebaiknya mampu belajar mendengar pendapat dengan baik, meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi, meningkatkan kemampuan beradaptasi, memahami kebutuhan dan keinginan klien, mampu mengelola emosi, jujur, dan terbuka. Dengan strategi komunikasi yang efektif dan negosiasi yang cerdas, tujuan untuk mencapai kesepakatan bisnis dengan klien diharapkan dapat tercapai dengan cepat, tepat dan mudah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Danny.A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi dan Negosiasi untuk Meningkatkan Kesuksesan Bisnis. SSCJ, Vol.2 No.4.
- Effendy, Ujana Onong. (2005). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ginting, Anindia J.Br., Rahmadani, Dwi., Sembiring, M.Lani., Saragih, L.Susanna., & Baskoro, (2024). Analisis Strategi Komunikasi dan Negosiasi untuk Meningkatkan Kesuksesan Bisnis. SSCJ, Vol.2 No.4.
- Hardjana. Agus. M. (2016). Ilmu Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Jackman. A. (2005). How To Negotiate : Teknik Sukses Bernegosiasi. Jakarta: Erlangga.
- Kuncie. (2023, Agustus 27). Strategi Dan Teknik Negosiasi Bisnis, Ampuh Capai Kesepakatan. Diperoleh melalui <https://www.kuncie.com/posts/strategi-dan-teknik-negosiasi/> diakses pada tanggal 31 Agustus 2024
- McGuire, R. (2004). Negotiation : An In Important Life Skill. Jurnal The Pharmaceutical. Vol.273 (23-25)
- Mulyana, Deddy. (2015). Ilmu Komunikasi suatu pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ulinuha, Z. (2013). Strategi Negosiasi Bisnis Jack Advertising dengan Klien (Studi pada Klien Jack Advertising: Sampoerna, LG, dan Primarasa Food). Skripsi. Malang: Universitas Barwijaya.
- Utami, Faiqotul Isma Dwi. (2017). Efektivitas Komunikasi Negosiasi dalam Bisnis. Komunike, Vol. ix No.2.
- Zohar, I. (2015). The Art of Negotiation: Leadership Skills Required for Negotiation in Time of Crisis. Romania: Elsevier Ltd.