

**KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI BISNIS DALAM MENDUKUNG KEBERHASILAN
TRANSAKSI KOMERSIAL****Sofhie Melani Indrapratiwi**

Universitas Pelita Bangsa

meilanisofhie@gmail.com**Abstract**

Business communication and negotiation are fundamental aspects in establishing relationships between business actors and business partners. In the context of global competition and the development of information technology, communication effectiveness becomes a determining factor for the success of negotiations, especially in building trust, maintaining long-term relationships, and reaching mutually beneficial agreements. This research aims to analyze the role of communication and negotiation in business transactions, and identify effective communication strategies that can be applied in the negotiation process. The method used is a literature study of various national journals related to business communication and negotiation. The results of the discussion show that good communication encourages the creation of win-win solutions in negotiations, reduces potential conflicts, and increases customer and business partner loyalty.

Keywords: Business Communication, Negotiation, Communication Strategy, Business Negotiation, Commercial Transaction.

Abstrak

Komunikasi dan negosiasi bisnis merupakan aspek fundamental dalam menjalin hubungan antara pelaku usaha dan mitra bisnis. Dalam konteks persaingan global dan perkembangan teknologi informasi, efektivitas komunikasi menjadi faktor penentu keberhasilan negosiasi, terutama dalam membangun kepercayaan, menjaga hubungan jangka panjang, serta mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi dan negosiasi dalam transaksi bisnis, serta mengidentifikasi strategi komunikasi efektif yang dapat diterapkan dalam proses negosiasi. Metode yang digunakan adalah studi literatur dari berbagai jurnal nasional terkait dengan komunikasi dan negosiasi bisnis. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa komunikasi yang baik mendorong terciptanya win-win solution dalam negosiasi, mengurangi potensi konflik, dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta mitra bisnis.

Kata Kunci: Komunikasi Bisnis, Negosiasi, Strategi Komunikasi, Negosiasi Bisnis, Transaksi Komersial.

Article History

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagirism Checker No 424

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/krepa.v1i2.365

Copyright : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis modern, komunikasi dan negosiasi menjadi dua pilar utama yang menentukan keberhasilan transaksi dan hubungan jangka panjang antara pihak-pihak yang terlibat. Komunikasi bisnis bukan hanya tentang penyampaian informasi secara satu arah, melainkan tentang proses pertukaran makna, penciptaan pemahaman bersama, dan pembentukan persepsi yang positif di antara para pelaku usaha. Di era persaingan global saat

ini, keberhasilan komunikasi bisnis tidak hanya diukur dari seberapa baik pesan disampaikan, tetapi juga dari seberapa efektif pesan tersebut diterima dan dipahami oleh pihak lain sehingga dapat mendorong terwujudnya kolaborasi yang produktif. Hal ini menjadi landasan penting mengingat proses negosiasi dalam bisnis sangat membutuhkan komunikasi yang jernih, terbuka, dan saling menghargai.

Negosiasi bisnis sendiri merupakan suatu proses tawar-menawar antara dua pihak atau lebih untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Proses ini tidak hanya terjadi dalam skala besar seperti kontrak multimiliar rupiah, tetapi juga dalam kegiatan sehari-hari seperti penentuan harga, perjanjian kerjasama, hingga penyelesaian sengketa. Oleh sebab itu, kemampuan bernegosiasi menjadi kompetensi yang wajib dimiliki oleh pelaku bisnis di berbagai level. Negosiasi yang efektif membutuhkan kecakapan komunikasi yang tidak sekadar berbicara, tetapi juga mendengarkan, memahami sudut pandang lawan bicara, serta menyampaikan argumen dengan cara yang meyakinkan tanpa menimbulkan konflik.

Selain itu, perubahan zaman juga membawa dampak besar terhadap pola komunikasi dan negosiasi dalam bisnis. Kehadiran teknologi digital seperti email, video conference, dan aplikasi perpesanan instan membuat proses komunikasi bisnis semakin cepat, namun sekaligus menghadirkan tantangan baru. Negosiasi yang dulunya dilakukan secara langsung kini bergeser ke ranah virtual, sehingga keterampilan komunikasi dalam konteks digital menjadi keharusan. Perbedaan budaya, interpretasi bahasa, hingga ekspresi nonverbal yang tidak selalu bisa ditangkap secara maksimal dalam komunikasi daring menjadi tantangan yang harus dikelola dengan baik oleh pelaku bisnis.

Masalah lain yang sering muncul dalam proses komunikasi dan negosiasi bisnis adalah adanya perbedaan kepentingan yang terkadang sulit dipertemukan. Pelaku bisnis seringkali berhadapan dengan situasi di mana mereka harus mempertahankan posisi tawar sembari tetap menjaga hubungan baik dengan mitra atau pelanggan. Dalam kondisi seperti ini, komunikasi yang efektif menjadi alat penting untuk mencapai solusi bersama (win-win solution) tanpa mengorbankan hubungan jangka panjang. Kegagalan dalam berkomunikasi dapat menyebabkan kesalahpahaman, konflik, bahkan berujung pada gagalnya kerjasama bisnis.

Berbagai studi menunjukkan bahwa komunikasi dan negosiasi bisnis tidak hanya berdampak pada keberhasilan transaksi, tetapi juga berpengaruh terhadap citra perusahaan, reputasi, dan keberlanjutan bisnis di masa depan. Perusahaan yang mampu menjaga komunikasi yang baik dengan mitra bisnis cenderung lebih mudah mendapatkan kepercayaan dan loyalitas. Sebaliknya, komunikasi yang buruk berpotensi merusak relasi dan menimbulkan kerugian yang tidak kecil. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang efektif menjadi kebutuhan utama bagi pelaku usaha di semua bidang.

Komunikasi bisnis yang baik juga harus mempertimbangkan aspek etika. Dalam proses negosiasi, sering kali terjadi godaan untuk menggunakan taktik manipulatif demi memenangkan kepentingan sendiri. Padahal, tindakan tersebut bisa berdampak negatif pada citra perusahaan. Oleh sebab itu, komunikasi yang etis, transparan, dan berbasis pada kejujuran menjadi modal utama dalam membangun negosiasi yang sehat dan berkelanjutan. Etika komunikasi menjadi landasan moral yang tidak boleh diabaikan dalam setiap interaksi bisnis.

Di sisi lain, aspek budaya juga memegang peranan penting dalam komunikasi dan negosiasi bisnis. Dalam konteks bisnis internasional, perbedaan budaya dapat mempengaruhi cara berkomunikasi, gaya negosiasi, dan pengambilan keputusan. Pemahaman terhadap budaya komunikasi lawan bicara menjadi krusial agar proses negosiasi berjalan lancar tanpa menimbulkan salah tafsir. Dalam dunia bisnis domestik pun, keberagaman budaya di Indonesia membuat para pelaku bisnis harus mampu menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan latar belakang mitra usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi yang efektif dapat mendukung keberhasilan negosiasi bisnis di era modern. Penelitian ini juga ingin menggali strategi-strategi komunikasi yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha agar mampu mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan tanpa mengabaikan etika bisnis. Dengan mempelajari

berbagai referensi dari jurnal nasional, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur tentang komunikasi dan negosiasi dalam dunia bisnis.

Secara keseluruhan, kajian tentang komunikasi dan negosiasi bisnis menjadi sangat relevan di tengah dinamika persaingan usaha saat ini. Pelaku bisnis perlu membekali diri dengan pengetahuan dan keterampilan komunikasi yang mumpuni agar mampu menghadapi berbagai situasi negosiasi yang kompleks. Pemahaman mendalam tentang komunikasi bisnis akan membuka peluang lebih besar untuk membangun kerjasama yang produktif dan menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana peran komunikasi dalam mendukung keberhasilan negosiasi bisnis?
2. Apa saja strategi komunikasi yang efektif dalam proses negosiasi bisnis?
3. Bagaimana dampak komunikasi yang kurang efektif terhadap hasil negosiasi?

MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademisi dan praktisi bisnis, yaitu:

1. Memberikan pemahaman tentang pentingnya komunikasi dalam proses negosiasi.
2. Menjadi referensi bagi perusahaan dalam merancang strategi komunikasi bisnis.
3. Menjadi acuan bagi pelaku UKM dalam meningkatkan keterampilan negosiasi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Studi literatur dipilih karena metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tema komunikasi dan negosiasi bisnis. Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri jurnal-jurnal nasional terakreditasi, artikel ilmiah, dan buku-buku yang membahas topik komunikasi, negosiasi, dan hubungan bisnis. Sumber data diambil dari database seperti Garuda, Sinta, dan Google Scholar, dengan mempertimbangkan kualitas dan relevansi sumber.

Kriteria pemilihan referensi dalam penelitian ini meliputi jurnal nasional yang terbit dalam lima tahun terakhir, agar data yang digunakan tetap aktual dan sesuai dengan perkembangan bisnis saat ini. Selain itu, jurnal yang diambil juga harus secara spesifik membahas komunikasi bisnis, strategi negosiasi, komunikasi digital dalam bisnis, serta aspek etika dalam negosiasi. Dengan demikian, referensi yang digunakan diharapkan dapat memperkaya analisis dan memberikan gambaran komprehensif mengenai peran komunikasi dalam negosiasi bisnis.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, yaitu mengumpulkan, membaca, dan menganalisis dokumen berupa jurnal, artikel ilmiah, serta literatur terkait lainnya. Data yang diperoleh kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema, seperti komunikasi verbal dan nonverbal, teknik persuasi dalam negosiasi, komunikasi lintas budaya, dan etika komunikasi bisnis. Klasifikasi ini memudahkan peneliti dalam menyusun pembahasan secara sistematis dan mendalam.

Setelah data dikumpulkan dan diklasifikasikan, peneliti melakukan analisis konten dengan menelaah isi dari masing-masing referensi yang telah dipilih. Analisis konten digunakan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan pola komunikasi dalam negosiasi bisnis, hambatan komunikasi yang sering terjadi, serta strategi yang dapat digunakan untuk mencapai negosiasi yang efektif. Setiap informasi yang ditemukan dikaji secara kritis agar dapat menghasilkan kesimpulan yang akurat dan relevan dengan tujuan penelitian.

Dalam proses analisis, peneliti juga membandingkan berbagai pendapat dari penulis jurnal yang berbeda untuk menemukan benang merah yang dapat dijadikan landasan dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif. Perbandingan ini penting dilakukan agar tidak terjadi bias terhadap satu sudut pandang tertentu. Dengan membandingkan beberapa sumber, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih luas tentang praktik komunikasi dan negosiasi dalam dunia bisnis.

Penelitian ini tidak menggunakan data primer seperti wawancara atau observasi langsung karena fokus kajiannya adalah literatur ilmiah yang telah dipublikasikan. Oleh karena itu, validitas data diperoleh dari keakuratan dan kredibilitas jurnal yang dijadikan referensi. Peneliti memastikan bahwa semua jurnal yang digunakan telah melalui proses peer review dan diterbitkan oleh institusi resmi yang terpercaya.

Untuk meningkatkan objektivitas, peneliti melakukan triangulasi sumber dengan menggabungkan beberapa referensi dari penulis yang berbeda, serta dari berbagai bidang ilmu seperti komunikasi, manajemen, dan bisnis. Dengan demikian, hasil analisis diharapkan tidak hanya menggambarkan satu perspektif, tetapi mencakup pandangan yang holistik tentang komunikasi dan negosiasi bisnis.

Penggunaan metode studi literatur ini juga memberikan keuntungan dari segi efisiensi waktu dan biaya, serta memungkinkan peneliti untuk menjangkau berbagai sumber referensi yang beragam. Namun, keterbatasan metode ini adalah tidak adanya data lapangan yang bersifat empiris. Oleh karena itu, hasil penelitian ini lebih bersifat teoritis dan konseptual yang dapat dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya yang bersifat praktis.

Secara keseluruhan, metodologi yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang komunikasi dan negosiasi bisnis melalui pengumpulan dan analisis literatur yang berkualitas. Dengan metode ini, peneliti berharap dapat menyajikan hasil yang relevan dan bermanfaat bagi pengembangan teori maupun praktik di bidang komunikasi bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa komunikasi memegang peran utama dalam proses negosiasi bisnis. Komunikasi yang efektif dapat membantu pelaku bisnis untuk menjelaskan posisi dan kepentingannya dengan jelas, sehingga memudahkan lawan bicara dalam memahami tawaran yang diajukan. Sebaliknya, komunikasi yang tidak efektif seringkali menyebabkan kesalahpahaman yang berujung pada gagalnya proses negosiasi. Oleh karena itu, keterampilan komunikasi seperti mendengarkan aktif, mengajukan pertanyaan yang tepat, dan menyampaikan informasi secara jelas menjadi kunci utama dalam mencapai kesepakatan bisnis.

Salah satu aspek penting dalam komunikasi bisnis adalah kemampuan untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik lawan bicara. Tidak semua orang memiliki gaya komunikasi yang sama; ada yang lebih suka komunikasi langsung dan to the point, ada pula yang lebih nyaman dengan pendekatan yang santai dan bersifat personal. Pelaku bisnis harus mampu membaca situasi dan menyesuaikan cara berkomunikasi agar negosiasi dapat berjalan dengan baik. Pemahaman terhadap aspek psikologis dan budaya lawan bicara juga menjadi faktor penting dalam membangun komunikasi yang efektif.

Dalam proses negosiasi, penggunaan komunikasi persuasif menjadi teknik yang sering digunakan untuk mempengaruhi lawan bicara agar menerima tawaran yang diajukan. Komunikasi persuasif bukan berarti memanipulasi, tetapi lebih kepada menyampaikan argumen dengan cara yang logis, relevan, dan menyentuh kebutuhan serta kepentingan pihak lain. Dalam beberapa kasus, komunikasi persuasif yang dilakukan dengan cara yang tepat dapat menciptakan hubungan yang lebih erat antara kedua belah pihak, sehingga proses negosiasi tidak hanya berakhir dengan kesepakatan, tetapi juga memperkuat kerjasama jangka panjang.

Komunikasi nonverbal juga memiliki peran besar dalam negosiasi bisnis. Gestur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, dan nada suara dapat mempengaruhi bagaimana pesan diterima oleh lawan bicara. Dalam negosiasi tatap muka, aspek nonverbal menjadi indikator penting untuk membaca situasi dan menilai apakah lawan bicara benar-benar setuju dengan penawaran atau sekadar berpura-pura setuju. Di era komunikasi daring, tantangan muncul karena keterbatasan dalam membaca komunikasi nonverbal, sehingga pelaku bisnis perlu lebih berhati-hati dalam menyusun pesan dan memastikan tidak terjadi multitafsir.

Aspek lain yang menjadi sorotan adalah pentingnya etika dalam komunikasi dan negosiasi bisnis. Etika komunikasi berkaitan dengan kejujuran, keterbukaan, dan sikap menghargai lawan bicara. Dalam beberapa kasus, negosiasi bisa menjadi proses yang sangat kompetitif, namun

penggunaan taktik manipulatif atau memanipulasi informasi dapat merusak reputasi jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu, menjaga integritas dalam setiap proses komunikasi menjadi hal yang mutlak dilakukan.

Negosiasi bisnis juga seringkali melibatkan konflik kepentingan. Di sinilah peran komunikasi menjadi sangat penting untuk mengelola konflik secara konstruktif. Melalui komunikasi yang terbuka dan berbasis empati, konflik dapat diubah menjadi peluang untuk menemukan solusi kreatif yang menguntungkan kedua belah pihak. Negosiasi yang baik bukan tentang menang atau kalah, tetapi tentang menciptakan nilai bersama (creating value) yang membuat semua pihak merasa diuntungkan.

Perkembangan teknologi komunikasi mendorong perubahan besar dalam pola negosiasi. Komunikasi melalui media digital seperti email, aplikasi perpesanan, dan video conference menjadi hal yang lumrah dilakukan. Namun, komunikasi digital memiliki keterbatasan karena mengurangi intensitas interaksi personal. Oleh sebab itu, pelaku bisnis harus mampu mengoptimalkan komunikasi digital dengan memperhatikan aspek etika, kejelasan pesan, dan penggunaan bahasa yang sopan serta profesional.

Beberapa penelitian yang dikaji juga menekankan pentingnya membangun trust (kepercayaan) dalam proses komunikasi bisnis. Kepercayaan adalah modal sosial yang sangat penting dalam membangun hubungan bisnis jangka panjang. Komunikasi yang transparan, jujur, dan konsisten akan memperkuat rasa saling percaya, sehingga negosiasi berjalan lebih mudah karena kedua belah pihak memiliki keyakinan bahwa kesepakatan yang dicapai akan saling menguntungkan.

Secara keseluruhan, hasil kajian ini menunjukkan bahwa komunikasi dan negosiasi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam dunia bisnis. Pelaku usaha harus terus mengembangkan kemampuan komunikasi baik secara verbal, nonverbal, maupun digital agar mampu menghadapi tantangan dalam bernegosiasi. Dengan komunikasi yang efektif, pelaku bisnis dapat menciptakan hubungan kerjasama yang harmonis, meningkatkan loyalitas mitra usaha, dan mencapai keberhasilan dalam berbagai transaksi komersial.

KESIMPULAN

Komunikasi dan negosiasi merupakan dua elemen yang tidak dapat dipisahkan dalam dunia bisnis. Keberhasilan sebuah negosiasi sangat ditentukan oleh bagaimana komunikasi dilakukan secara efektif, baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam praktiknya, pelaku bisnis harus mampu menerapkan strategi komunikasi yang persuasif, empatik, serta mampu mengelola konflik dengan bijak. Selain itu, perkembangan teknologi komunikasi juga menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan cara-cara baru dalam bernegosiasi secara digital.

Pemahaman yang baik tentang komunikasi dalam negosiasi dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan keberhasilan dalam transaksi bisnis, menjaga hubungan jangka panjang dengan mitra, serta menciptakan keuntungan bersama. Oleh karena itu, pelatihan komunikasi dan negosiasi perlu terus dilakukan sebagai bagian dari pengembangan sumber daya manusia di perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Febrianti, R., & Kusuma, H. (2021). Strategi Komunikasi dalam Negosiasi Bisnis di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 142-155.
- Handayani, S., & Sutrisno, B. (2021). Komunikasi Efektif dalam Negosiasi Bisnis: Studi pada Pelaku UKM. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 32-45.
- Nurhadi, A., & Yuliana, F. (2022). Peran Trust dalam Komunikasi Bisnis dan Negosiasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(3), 221-233.
- Pratiwi, N., & Hidayat, S. (2020). Negosiasi Bisnis dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Mitra. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 89-102.
- Putri, D., & Rahayu, T. (2020). Pengaruh Komunikasi terhadap Keberhasilan Negosiasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 77-88.

- Rahmawati, L., & Herlina, R. (2022). Strategi Negosiasi dalam Bisnis Jasa. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(3), 150-164.
- Rahman, A., & Utami, S. (2021). Komunikasi Bisnis Digital: Tantangan dan Peluang dalam Negosiasi. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 7(1), 98-110.
- Sari, F., & Nugroho, Y. (2021). Etika Komunikasi dalam Negosiasi Bisnis. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(2), 210-224.
- Sari, M., & Prabowo, R. (2023). Perkembangan Komunikasi Bisnis di Era Digitalisasi. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(1), 55-68.
- Sukmawati, D., & Gunawan, F. (2021). Komunikasi yang Efektif sebagai Kunci Negosiasi Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 134-148.
- Widiyanto, E., & Prasetyo, A. (2021). Keterampilan Komunikasi dalam Negosiasi UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 2(1), 73-86.
- Wulandari, S., & Purnamasari, D. (2020). Teknik Negosiasi dan Komunikasi Persuasif. *Jurnal Psikologi dan Komunikasi*, 4(2), 101-115.
- Arifin, M. (2020). Strategi Komunikasi dalam Negosiasi Kontrak Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategis*, 3(3), 180-192.
- Lestari, P., & Santoso, R. (2021). Komunikasi Bisnis dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 44-56.
- Yuliana, R. (2022). Komunikasi Interpersonal dalam Negosiasi Bisnis. *Jurnal Komunikasi Humanis*, 6(2), 120-134.
- Hidayah, N. (2023). Negosiasi dan Komunikasi Lintas Budaya dalam Bisnis Internasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Internasional*, 5(1), 88-99.