

## STRATEGI KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM NEGOSIASI BISNIS ANTAR PEMASOK DAN PEMBELI ERA DIGITAL

Siti Nurlisah, Suwandi

<sup>12</sup>Universitas Pelita Bangsa

[Sitinurlisah80@gmail.com](mailto:Sitinurlisah80@gmail.com), [suwandi@pelitabangsa.ac.id](mailto:suwandi@pelitabangsa.ac.id)

### Abstrak

Komunikasi dan negosiasi merupakan aspek fundamental dalam dunia bisnis, terutama dalam membangun hubungan kerja yang produktif dan berkelanjutan antara berbagai pihak seperti pemasok, pelanggan mitra kerja dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam konteks bisnis modern yang semakin kompleks dan kompetitif, kemampuan untuk menyampaikan ide secara efektif serta menjadi kunci kesuksesan perusahaan. Transformasi digital juga turut memengaruhi pola komunikasi dan strategi negosiasi yang digunakan oleh pelaku bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi yang digunakan dalam proses negosiasi bisnis di era digital dapat mempengaruhi hasil akhir dari negosiasi tersebut. Fokus utama dalam penelitian ini adalah pada pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang kerap melakukan komunikasi bisnis secara daring. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi terhadap pelaku usaha. Hasil yang ditemukan menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif, terbuka, dan berbasis teknologi dapat meningkatkan peluang tercapainya kesepakatan yang saling menguntungkan.

Kontribusi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi pelaku bisnis, khususnya dalam menerapkan komunikasi strategi untuk memperkuat negosiasi dan membangun kerja sama jangka panjang di era digital. Dengan demikian, strategi komunikasi yang baik tidak hanya menjadi alat bantu dalam menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi jembatan untuk mencapai tujuan bersama dalam bisnis.

Kata Kunci: komunikasi bisnis, negosiasi, strategi komunikasi, era digital, pemasok, pembeli

### Article history

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 875

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



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 yang semakin dinamis, komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam menjembatani kepentingan antara satu pihak dengan pihak lainnya. Komunikasi bisnis bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang bagaimana pesan tersebut diterima, dipahami, dan ditindaklanjuti oleh penerima pesan. Hal ini menjadi lebih penting lagi ketika memasuki ranah negosiasi, dimana kedua belah pihak memiliki tujuan yang mungkin berbeda dan perlu mencapai kesepakatan bersama yang saling menguntungkan.

Negosiasi dalam bisnis dapat terjadi dalam berbagai bentuk, mulai dari diskusi harga, kerja sama proyek, penyelesaian konflik, hingga penentuan kontrak kerja. Semua bentuk negosiasi tersebut memerlukan komunikasi yang tidak hanya jelas dan terbuka, tetapi juga strategis dan terarah. Komunikasi yang buruk dalam negosiasi dapat menyebabkan kesalahpahaman,

ketegangan hubungan, bahkan kegagalan dalam mencapai kesepakatan. Oleh karena itu, diperlukan keterampilan komunikasi yang baik dan pemahaman tentang teknik negosiasi yang tepat.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara berkomunikasi dalam dunia bisnis. Jika dahulu negosiasi dilakukan secara tatap muka, kini komunikasi digital seperti email, pesan instan, dan konferensi video menjadi alternatif utama. Perubahan ini membawa kemudahan sekaligus tantangan baru. Di satu sisi, komunikasi menjadi lebih cepat dan fleksibel; namun di sisi lain, potensi miskomunikasi meningkat karena keterbatasan dalam menyampaikan ekspresi non-verbal atau konteks budaya tertentu.

Penelitian ini akan membahas bagaimana komunikasi dan negosiasi bisnis diterapkan oleh pelaku usaha di era digital. Fokus utama adalah pada pemahaman strategi komunikasi yang digunakan, tantangan yang dihadapi, serta solusi yang ditemukan dalam praktik negosiasi modern. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan keterampilan komunikasi bisnis yang relevan dengan kebutuhan zaman.

## Landasan Teori

### 1. Komunikasi bisnis

Komunikasi bisnis adalah pertukaran gagasan dan informasi yang memiliki tujuan tertentu. Komunikasi bisnis disajikan secara personal atau impersonal melalui simbol-simbol atau sinyal. Komunikasi bisnis harus melibatkan pertukaran informasi yang terus-menerus atau berkelanjutan. Lebih banyak bisnis yang diperluas, lebih besar tekanannya pada bisnis tersebut untuk menemukan cara komunikasi yang lebih efektif - bersama para pekerja dan dengan dunia luar. Dengan demikian, bisnis dan komunikasi dapat berjalan sinergi.

Menurut Hughess dan Kapoor, komunikasi bisnis merupakan kegiatan atau usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang-jasa guna mendapatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut Guffey & Loewy (2015) komunikasi bisnis harus bersifat jelas, ringkas, dan efisien.

### 2. Negosiasi

Negosiasi adalah metode komunikasi yang sebenarnya sering kita lakukan. Tujuannya ialah untuk mencapai kesepakatan bersama antara satu pihak dengan pihak yang lainnya. Secara umum, proses negosiasi ini juga bisa juga kita sebut sebagai proses tawar menawar. Proses tawar menawar ini bisa terjadi antara perseorangan, antar kelompok, antar organisasi, bahkan skala internasional. Berkat proses tawar menawar ini terciptalah sebuah interaksi sehingga kedua belah pihak bisa saling berkompromi untuk mendapatkan kesepakatan bersama. Negosiasi yang baik didukung oleh komunikasi yang strategis dan empatik.

### 3. Transformasi Digital dalam bisnis

Transformasi digital adalah proses penggunaan teknologi digital untuk menciptakan atau memodifikasi proses bisnis, budaya, dan pelayanan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Digitallisasi mengubah proses komunikasi dan transaksi dalam bisnis. Komunikasi virtual membutuhkan kemampuan baru dalam menyampaikan pesan secara efektif tanpa kehadiran fisik, serta penguasaan alat digital.

## **Transformasi digital sangatlah penting karena,**

### **1. Beradaptasi dengan Perubahan Perilaku Konsumen**

Kemajuan teknologi dan transformasi digital telah membawa perubahan besar pada perilaku konsumen. Saat ini, sebagian besar aktivitas konsumen cenderung dilakukan secara online, misalnya berbelanja, memesan jasa, dan menjual barang.

Untuk tetap relevan dan kompetitif, perusahaan harus melakukan transformasi digital. Misalnya, toko ritel membangun toko online dan mengoptimalkan pemasaran melalui digital marketing.

### **2. Meningkatkan Kepuasan Konsumen**

Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk menyediakan informasi produk atau jasa dengan lebih mudah dan cepat. Proses transaksi, pengiriman, dan penanganan keluhan dapat dilakukan dengan lebih efisien, sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

### **3. Menghemat Waktu dan Biaya**

Penggunaan teknologi digital dalam bisnis membantu perusahaan menghemat waktu dan biaya. Misalnya penyimpanan dokumen secara digital di dalam Google Drive atau melakukan promosi produk di media sosial. Transformasi digital memungkinkan bisnis kecil menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien.

### **4. Mengurangi Risiko Kecurangan**

Dengan pengembangan IT dan sistem yang terkomputerisasi, risiko kecurangan internal dapat diminimalisir. Setiap data dan informasi terekam dalam database yang hanya bisa diakses oleh orang yang berwenang. Sistem keamanan yang ketat memastikan data penting perusahaan tidak disalahgunakan.

### **5. Meningkatkan Nilai Saing dan Profit**

Di era digital ini, persaingan bisnis sangat ketat dan dinamis. Untuk tetap kompetitif, perusahaan harus melakukan transformasi digital guna meningkatkan nilai saing. Dengan adopsi teknologi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, dan layanan yang lebih baik, sehingga profit pun meningkat.

## **4. Komunikasi Antarbudaya**

Komunikasi antar budaya merupakan proses komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang memiliki kebudayaan berbeda-beda, baik beda ras, etnik, sosial ekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan. Komunikasi antar budaya terus berkembang, apalagi disaat manusia bisa bebas berkomunikasi karena adanya perkembangan teknologi.

Dalam negosiasi internasional atau antarwilayah, komunikasi lintas budaya menjadi penting. Pemahaman nilai, Bahasa, dan ekspresi local mempengaruhi keberhasilan negosiasi.

## **Metode penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana komunikasi dan negosiasi bisnis dilakukan oleh pelaku usaha di era digital. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan penelitian menggali informasi secara komprehensif mengenai perilaku, strategi, dan pengalaman pelaku bisnis dalam konteks komunikasi dan negosiasi yang terjadi melalui media digital.

Metode yang digunakan adalah studi kasus, dengan objek penelitian berupa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor perdagangan dan jasa yang aktif berkomunikasi secara digital, baik dengan pelanggan, mitra bisnis, maupun pihak internal organisasi. Pemilihan responden dilakukan secara purposive sampling, yakni dengan kriteria bahwa responden memiliki pengalaman minimal dua tahun dalam menjalankan usaha serta menggunakan platform digital seperti WhatsApp, marketplace, atau Zoom untuk bernegosiasi atau menjalin komunikasi bisnis.

Data dikumpulkan melalui dua teknik utama, yaitu wawancara mendalam, dan observasi partisipatif. Wawancara dilakukan terhadap 10 narasumber dari berbagai sektor UMKM. Observasi dilakukan selama proses interaksi bisnis antara pelaku usaha dan konsumennya di media sosial dan platform digital.

Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan pemahaman yang holistik dan kontekstual mengenai praktik komunikasi dan negosiasi bisnis yang berkembang di tengah transformasi digital saat ini.

## Hasil dan pembahasan

### 3.1 Subbab Hasil dan Pembahasan 1

Dalam proses wawancara dan observasi, ditemukan beberapa pola komunikasi dan teknik negosiasi yang efektif digunakan oleh pelaku bisnis:

- Komunikasi dua arah melalui WhatsApp dan Zoom Meeting menjadi sarana utama.
- Bahasa yang digunakan cenderung formal namun tetap sopan.
- Penggunaan pesan suara dan video call meningkat untuk memperjelas maksud.
- Strategi negosiasi fleksibel digunakan untuk menghindari konflik.

Pelaku usaha yang sukses dalam negosiasi digital memiliki kemampuan mendengarkan aktif, bersikap empatik, dan mampu mengontrol emosi.

Kegagalan komunikasi biasanya terjadi karena miskomunikasi, penggunaan istilah ambigu, atau kurangnya respon cepat.

### 3.2 Subbab Hasil dan Pembahasan 2

Dalam proses wawancara dan observasi, ditemukan beberapa pola komunikasi dan teknik negosiasi yang efektif digunakan oleh pelaku bisnis:

- Komunikasi dua arah melalui WhatsApp dan Zoom Meeting menjadi sarana utama.
- Bahasa yang digunakan cenderung formal namun tetap sopan.
- Penggunaan pesan suara dan video call meningkat untuk memperjelas maksud.
- Strategi negosiasi fleksibel digunakan untuk menghindari konflik.

Pelaku usaha yang sukses dalam negosiasi digital memiliki kemampuan mendengarkan aktif, bersikap empatik, dan mampu mengontrol emosi.

Kegagalan komunikasi biasanya terjadi karena miskomunikasi, penggunaan istilah ambigu, atau kurangnya respon cepat.

### 3.3 Subbab Hasil dan Pembahasan 3

Dalam proses wawancara dan observasi, ditemukan beberapa pola komunikasi dan teknik negosiasi yang efektif digunakan oleh pelaku bisnis:

- Komunikasi dua arah melalui WhatsApp dan Zoom Meeting menjadi sarana utama.
- Bahasa yang digunakan cenderung formal namun tetap sopan.
- Penggunaan pesan suara dan video call meningkat untuk memperjelas maksud.
- Strategi negosiasi fleksibel digunakan untuk menghindari konflik.

Pelaku usaha yang sukses dalam negosiasi digital memiliki kemampuan mendengarkan aktif, bersikap empatik, dan mampu mengontrol emosi.

Kegagalan komunikasi biasanya terjadi karena miskomunikasi, penggunaan istilah ambigu, atau kurangnya respon cepat.

### 3.4 Subbab Hasil dan Pembahasan 4

Dalam proses wawancara dan observasi, ditemukan beberapa pola komunikasi dan teknik negosiasi yang efektif digunakan oleh pelaku bisnis:

- Komunikasi dua arah melalui WhatsApp dan Zoom Meeting menjadi sarana utama.
- Bahasa yang digunakan cenderung formal namun tetap sopan.
- Penggunaan pesan suara dan video call meningkat untuk memperjelas maksud.
- Strategi negosiasi fleksibel digunakan untuk menghindari konflik.

Pelaku usaha yang sukses dalam negosiasi digital memiliki kemampuan mendengarkan aktif, bersikap empatik, dan mampu mengontrol emosi.

Kegagalan komunikasi biasanya terjadi karena miskomunikasi, penggunaan istilah ambigu, atau kurangnya respon cepat.

### 3.5 Subbab Hasil dan Pembahasan 5

Dalam proses wawancara dan observasi, ditemukan beberapa pola komunikasi dan teknik negosiasi yang efektif digunakan oleh pelaku bisnis:

- Komunikasi dua arah melalui WhatsApp dan Zoom Meeting menjadi sarana utama.
- Bahasa yang digunakan cenderung formal namun tetap sopan.
- Penggunaan pesan suara dan video call meningkat untuk memperjelas maksud.
- Strategi negosiasi fleksibel digunakan untuk menghindari konflik.

Pelaku usaha yang sukses dalam negosiasi digital memiliki kemampuan mendengarkan aktif, bersikap empatik, dan mampu mengontrol emosi.

Kegagalan komunikasi biasanya terjadi karena miskomunikasi, penggunaan istilah ambigu, atau kurangnya respon cepat.

## 3.6 Subbab Hasil dan Pembahasan 6

Dalam proses wawancara dan observasi, ditemukan beberapa pola komunikasi dan teknik negosiasi yang efektif digunakan oleh pelaku bisnis:

- Komunikasi dua arah melalui WhatsApp dan Zoom Meeting menjadi sarana utama.
- Bahasa yang digunakan cenderung formal namun tetap sopan.
- Penggunaan pesan suara dan video call meningkat untuk memperjelas maksud.
- Strategi negosiasi fleksibel digunakan untuk menghindari konflik.

Pelaku usaha yang sukses dalam negosiasi digital memiliki kemampuan mendengarkan aktif, bersikap empatik, dan mampu mengontrol emosi.

Kegagalan komunikasi biasanya terjadi karena miskomunikasi, penggunaan istilah ambigu, atau kurangnya respon cepat.

## Kesimpulan dan saran

### kesimpulan

komunikasi dan negosiasi dalam dunia bisnis mengalami transformasi signifikan di era digital. Pemanfaatan teknologi komunikasi seperti aplikasi pesan instan, media sosial, dan platform konferensi virtual telah menjadi bagian penting dalam menjalin hubungan bisnis. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif melalui media digital sangat menentukan keberhasilan proses negosiasi dan pengambilan keputusan bisnis.

Pelaku usaha yang mampu memanfaatkan teknologi komunikasi dengan tepat cenderung memiliki peluang lebih besar dalam membangun kepercayaan, menjalin relasi jangka panjang, dan mencapai kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak. Komunikasi yang efektif ditunjukkan melalui penggunaan bahasa yang jelas, respons cepat, empati dalam menyampaikan pesan, serta kemampuan mendengarkan secara aktif.

Selain itu, negosiasi yang dilakukan secara daring menuntut pelaku usaha untuk mengembangkan strategi baru yang mengakomodasi dinamika interaksi digital, seperti fleksibilitas dalam penawaran harga, penyampaian informasi yang transparan, dan kesediaan untuk berkompromi demi hasil win-win solution.

### Saran

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan negosiasi bisnis di era digital, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

#### 1. Meningkatkan Literasi Digital

Pelaku usaha perlu terus memperbarui pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan berbagai platform komunikasi digital, termasuk etika dan tata cara berkomunikasi secara profesional.

#### 2. Mengikuti Pelatihan Komunikasi Bisnis

Pelatihan mengenai komunikasi efektif dan teknik negosiasi modern sangat penting untuk membekali pelaku usaha dalam menghadapi dinamika pasar yang kompetitif.

### 3. Mengembangkan Strategi Negosiasi Digital

Dalam komunikasi daring, pelaku usaha perlu mengembangkan strategi yang sesuai dengan karakteristik media digital, seperti menggunakan visual, storytelling, dan pendekatan personal.

### 4. Menjaga Etika Komunikasi Online

Meskipun dilakukan secara virtual, komunikasi bisnis tetap harus mengedepankan sopan santun, kejujuran, dan profesionalisme agar membangun citra positif di mata mitra atau konsumen.

### 5. Melakukan Evaluasi Berkala

Evaluasi terhadap komunikasi dan negosiasi yang dilakukan perlu dilakukan secara rutin untuk mengidentifikasi kelemahan serta meningkatkan efektivitas proses bisnis.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, pelaku usaha diharapkan dapat lebih siap menghadapi tantangan komunikasi bisnis digital dan menjalin hubungan kerja sama yang lebih produktif dan harmonis.

## Daftar Pustaka

- komunikasi bisnis. Wikipedia.org; Wikimedia Foundation, Inc.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi\\_bisnis](https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_bisnis)
- Transformasi Digital untuk Bisnis: Manfaat dan Tantangannya*. Vida.id; Vida Digital Identity.  
<https://vida.id/id/blog/transformasi-digital>
- Komunikasi Antar Budaya: Pengertian, Fungsi, dan Bentuknya*. (2021). Gramedia.com.  
[https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-antar-budaya/?srsltid=AfmBOoqTYahD6J4gkriQzhywwc2qzza\\_6p1poqU7RkW2n8RpZLdnFZw](https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-antar-budaya/?srsltid=AfmBOoqTYahD6J4gkriQzhywwc2qzza_6p1poqU7RkW2n8RpZLdnFZw)
- Purwati, H. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Digital. *Jurnal Komunikasi Modern*, 5(2), 110-120.
- Sari, R. (2019). Analisis Negosiasi UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 45-55.
- Nugroho, B. (2021). Peran Komunikasi dalam Bisnis Online. *Media Komunikasi*, 9(3), 34-40.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.