

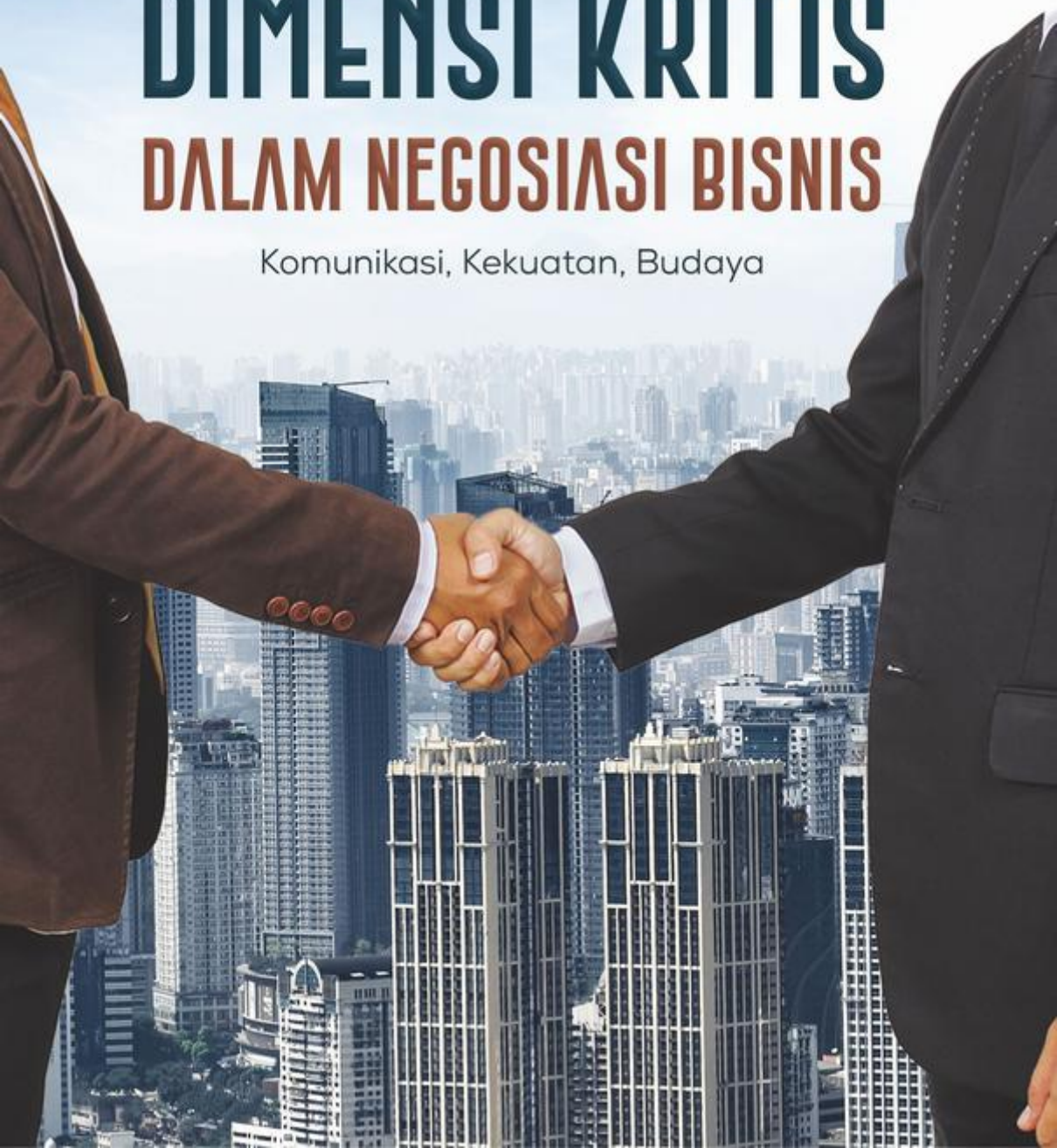


Dr. Yateno S.E., M.M. | Ade Asma Dewi | Latifah Nabil Nuraini
Krisna Mukti | Sella | Nabila Arifiana | Indi Rahmawati
Putri Nabilatul Jannah | Putri Lestari | Lia Khasnaukhairani
Dhini Anggraini | Amanda Ayu Ningtyas | Diva Naya Fadhila
Dhymas Eka Saputra | Ade Agung Prayoga | Amila Siti Zulaikha

DIMENSI KRITIS

DALAM NEGOSIASI BISNIS

Komunikasi, Kekuatan, Budaya



DIMENSI KRITIS DALAM NEGOSIASI BISNIS

Komunikasi, Kekuatan, Budaya

Dr. Yateno S.E., M.M. | Ade Asma Dewi | Latifah Nabil Nuraini
Krisna Mukti | Selia | Nabila Arifiana | Indi Rahmawati
Putri Nabilatul Jannah | Putri Lestari | Lia Khasnaukhairani
Dhini Anggraini | Amanda Ayu Ningtyas | Diva Naya Fadhila
Dhymas Eka Saputra | Ade Agung Prayoga | Amila Siti Zulaikha



DIMENSI KRITIS DALAM NEGOSIASI BISNIS

Komunikasi, Kekuatan, Budaya

Ditulis oleh:

**Dr Yateno S,.E.M.M. | Ade Asma Dewi | Latifah Nabil Nuraini | Krisna Mukti
Selia | Nabila Arifiana | Indi Rahmawati | Putri Nabilatul Jannah | Putri Lestari
Lia Khasnaulhairani | Dhini Anggraini | Amanda Ayu Ningtyas | Diva Naya Fadhila
Dhymas Eka Saputra | Ade Agung Prayoga | Amila Siti Zulaikha**

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Blok B11 Merjosari

Kecamatan Lowokwaru Kota Malang 65144

Telp : +6285887254603, +6285841411519

Email: literasinusantaraofficial@gmail.com

Web: www.penerbitlitnus.co.id

Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022



Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Februari 2025

Perancang sampul: Rosyiful Aqli

Penata letak: Muhammad Ridho Naufal

ISBN : 978-634-206-741-3

viii + 142 hlm. ; 15,5x23 cm.

©Januari 2025



Prakata

Puji syukur kepada Allah subhanahu wa ta'ala sumber dari segala kekuatan dan ilmu pengetahuan dengan izin dan ridho-mu Ya Allah, buku “dimensi kritis dalam negosiasi bisnis : komunikasi, kekuatan, budaya” ini dapat disusun dengan baik. Penyusunan berharap buku ini dapat membantu para mahasiswa dan pencarian bahan bacaan yang terkait dengan “dimensi kritis dalam negosiasi bisnis : komunikasi, kekuatan, budaya”

Hasil belajaran merupakan salah satu bentuk dari proses belajar dan pembelajaran, sehingga proses tersebut dikatakan berhasil dan memberikan pengaruh dan perubahan bagi para pembelajar untuk dapat memenuhi harapan, kami para pembelajar dari mata kuliah manajemen rantai pasok diampu oleh Dr. Yateno S.E., M.M berusaha menyusun dan menyelesaikan tugas dari pengajar mengenai materi kuliah manajemen rantai pasok dalam bentuk buku.

Apa yang disajikan dalam buku ini hanyalah kompilasi dari tugas kuliah yang dapat disajikan sebagai tambahan informasi dan bahan tentang Negosiasi Bisnis

Penulis menyadari bahwa banyak masih kekurangan dan kelemahan dalam penulisan buku ini, baik yang menyangkut isi, pengungkapan,

maupun sistmatika penulisan, saran serta kritik yang konstruktif senantiasa penulis harapkan sebagai bahan masukan dalam perbaikan penulisan

Metro, Desember 2024

Penulis,

TIM

S1 Manajemen Bisnis

Universitas Muhammadiyah

Metro



Daftar Isi

Prakata	iii
Daftar Isi	v

BAB I

Komunikasi dalam Negosiasi—1

A. Pengertian Komunikasi Dalam Negosiasi.....	1
B. Strategi Komunikasi Dalam Negosiasi.....	3
C. Peran Komunikasi Dalam Negosiasi.....	15
D. Teknik Komunikasi dalam Negosiasi.....	23

BAB II

Menemukan dan Menggunakan Kekuatan dalam Negosiasi—41

A. Identifikasi Kekuatan dalam Negosiasi.....	41
B. Sumber Kekuatan Dalam Negosiasi	44
C. Personal dan Individual	50
D. Orientasi Watak dan Kemampuan	52
E. Hubungan	52
F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Negosiasi	56

G. Kemampuan negosiasi yang harus dikuasai.....	60
H. Strategi Menggunakan Kekuatan dalam Negosiasi.....	65

BAB III

Pengaruh dalam Negosiasi—75

A. PENGERTIAN NEGOSIASI.....	75
B. Kekuatan Relatif.....	76
C. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kekuatan relatif.....	78
D. Sumber daya yang dimiliki.....	79
E. informasi yang tersedia.....	80
F. Keterampilan negosiator.....	80
G. Keinginan atau kebutuhan untuk menyelesaikan negosiasi	81
H. Waktu yang tersedia	82
I. Posisi dan kekuasaan relatif.....	83
J. Hubungan antara pihak-pihak yang terlibat.....	84
K. Kemampuan untuk berkompromi dan memberikan konsesi	85
L. Persetujuan atau dukungan eksternal	86
M. Pengertian Komunikasi Efektif.....	87
N. Karakteristik Komunikasi Efektif.....	88
O. Pentingnya Komunikasi Efektif Dalam Negosiasi.....	91
P. Dampak Komunikasi Efektif dalam Negosiasi	92

BAB IV

Etika Dalam Negosiasi—101

A. Konsep Dasar Negosiasi.....	101
B. Etika Dalam Negosiasi	104
C. Konflik dalam Negosiasi.....	105
D. Prinsip-Prinsip Etika Dalam Negosiasi	106

E. Penerapan Etika Dalam Negosiasi.....	107
F. Pertanyaan Perilaku Etika yang Muncul dalam Negosiasi.....	109

BAB V

Hubungan Dalam Negosiasi—119

A. Pengertian Hubungan Dalam Negosiasi.....	119
B. Bentuk-Bentuk Hubungan	120
C. Communal Sharing	120
D. Authority Ranking.....	120
E. Equality Matching	121
F. Market Pricing	121
G. Hubungan Diantara Reputasi, Kepercayaan, & Keadilan	121
H. Reputasi dan Kepercayaan.....	122
I. Keadilan dan Kepercayaan	122
J. Keterkaitan Antara Reputasi, Keadilan, dan Loyalitas	122
K. Elemen-Elemen Kunci Dalam Mengatur Negosiasi Dalam Hubungan	123
L. Pendekatan dan Hasil (Approach and Outcome)	123
M. Pokok permasalahan (Issues).....	124
N. Negosiator	125
O. Relationship.....	126
P. Proses Komunikasi	128
Q. Trend	129
R. Pendekatan kalah-kalah (lose-lose approach)	130
S. pendekatan integratif(win-win approach)	130
Daftar Pustaka.....	133



BAB I

Komunikasi dalam Negosiasi

A. Pengertian Komunikasi Dalam Negosiasi

Oliver (dalam Purwanto, 2006): Negosiasi adalah transaksi di mana kedua belah pihak memiliki hak atas hasil akhir; oleh karena itu, diperlukan persetujuan bersama melalui proses saling memberi dan menerima untuk mencapai kesepakatan. McGuire (2004): Negosiasi disebut sebagai proses interaktif yang dilakukan untuk mencapai persetujuan, melibatkan dua orang atau lebih yang memiliki pandangan berbeda tetapi ingin mencapai resolusi bersama. Jackman (2005): Negosiasi adalah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang pada awalnya memiliki pemikiran berbeda hingga akhirnya mencapai kesepakatan. Komunikasi dalam negosiasi adalah proses yang sangat penting dan kompleks, di mana dua pihak atau lebih berusaha mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Dalam konteks ini, komunikasi bukan hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan pertukaran pikiran, perasaan, dan pendapat yang dapat mempengaruhi hasil negosiasi. Proses ini memerlukan keterampilan komunikasi

yang baik, termasuk kemampuan untuk mendengarkan, memahami, dan merespons dengan tepat. Komunikasi yang efektif dalam negosiasi dapat membantu membangun kepercayaan antara pihak-pihak yang terlibat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kemungkinan tercapainya kesepakatan yang diinginkan. Salah satu aspek penting dari komunikasi dalam negosiasi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami kepentingan masing-masing pihak. Dalam negosiasi, seringkali terdapat perbedaan kepentingan yang mendasar antara pihak-pihak yang terlibat. Oleh karena itu, komunikasi yang baik harus mampu menggali dan mengklarifikasi kepentingan tersebut. Hal ini dapat dilakukan melalui pertanyaan terbuka dan diskusi yang konstruktif, yang memungkinkan setiap pihak untuk mengungkapkan pandangannya secara jelas. Dengan memahami kepentingan satu sama lain, pihak-pihak yang bernegosiasi dapat mencari solusi yang kreatif dan saling menguntungkan, alih-alih terjebak dalam posisi yang kaku dan saling menolak.

Selain itu, komunikasi nonverbal juga memainkan peran penting dalam negosiasi. Ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan nada suara dapat memberikan informasi tambahan yang tidak selalu disampaikan melalui kata-kata. Misalnya, sikap terbuka dan percaya diri dapat menciptakan suasana yang lebih positif dan mendukung proses negosiasi. Sebaliknya, komunikasi nonverbal yang negatif, seperti menghindari kontak mata atau sikap defensif, dapat menimbulkan ketegangan dan menghambat kemajuan negosiasi. Oleh karena itu, penting bagi negosiator untuk menyadari dan mengelola komunikasi nonverbal mereka, serta memperhatikan sinyal nonverbal dari pihak lain. Dalam kesimpulannya, komunikasi dalam negosiasi adalah proses dinamis yang melibatkan pertukaran informasi, pemahaman kepentingan, dan pengelolaan komunikasi verbal dan nonverbal. Keterampilan komunikasi yang baik sangat diperlukan untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dan membangun hubungan yang positif antara pihak-pihak yang terlibat.

Dari penjelasan di atas bahwa Negosiasi adalah proses interaktif di mana dua pihak atau lebih dengan pandangan berbeda berusaha mencapai kesepakatan melalui komunikasi yang efektif. Ini melibatkan pertukaran informasi,



BAB II

Menemukan dan Menggunakan Kekuatan dalam Negosiasi

Dalam konteks negosiasi, kekuatan (power) merujuk pada kemampuan seorang negosiator untuk memengaruhi pihak lain guna mencapai hasil yang diinginkan. Menurut Dra. Ai Lili Yuliati, M.M.(2013), kekuatan dalam negosiasi adalah kemampuan yang dapat dikumpulkan oleh negosiator untuk menghasilkan keuntungan bagi diri mereka sendiri atau meningkatkan kemungkinan mencapai tujuan mereka.

A. Identifikasi Kekuatan dalam Negosiasi

Kekuatan dalam negosiasi berkaitan dengan sejauh mana pihak-pihak yang terlibat memiliki sumber daya, posisi, atau pengaruh untuk mempengaruhi hasil negosiasi. Menurut Jerome T. Barrett (2004) dalam *Negotiation: A Strategic Guide to Success*, kekuatan dalam negosiasi dapat berasal dari berbagai sumber, seperti penguasaan informasi, kontrol atas sumber daya yang dibutuhkan, atau kemampuan untuk memberikan tekanan. Pemahaman tentang dinamika kekuatan ini sangat penting untuk

menentukan strategi yang akan digunakan dalam negosiasi. Pihak yang memiliki posisi kekuatan cenderung memiliki keuntungan, tetapi pihak yang lebih lemah pun dapat menggunakan taktik tertentu untuk menyeimbangkan kekuatan tersebut.

Salah satu sumber kekuatan dalam negosiasi adalah posisi atau otoritas yang dimiliki negosiator. Misalnya, seorang manajer tingkat tinggi dalam sebuah perusahaan sering kali memiliki kekuatan lebih dibandingkan dengan staf biasa. Posisi ini memberi mereka akses lebih besar terhadap informasi dan sumber daya, serta legitimasi dalam membuat keputusan. Namun, kekuatan tidak selalu bergantung pada jabatan; pengetahuan yang mendalam tentang produk atau layanan yang dinegosiasikan juga dapat meningkatkan posisi tawar seseorang. Kekuatan dalam negosiasi memainkan peran penting dalam menentukan siapa yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap hasil negosiasi tersebut. Kekuatan ini bisa datang dari berbagai sumber, dan para ahli memiliki pandangan berbeda mengenai bagaimana kekuatan berfungsi dalam negosiasi. Berikut adalah pendapat beberapa ahli tentang kekuatan dalam negosiasi:

1. Roger Fisher dan William Ury (1981) dalam *Getting to Yes* menyarankan bahwa kekuatan dalam negosiasi harus berbasis pada pemahaman terhadap kepentingan, bukan posisi. Kekuatan yang efektif datang dari kemampuan untuk menemukan solusi yang saling menguntungkan dan memberikan manfaat kepada semua pihak. Mereka berpendapat bahwa kekuatan dalam negosiasi bukan hanya berdasarkan pada ancaman atau kekuasaan, tetapi lebih kepada kemampuan untuk berbicara tentang kebutuhan dan kepentingan yang lebih mendalam, serta menawarkan solusi kreatif.
2. Jerome T. Barrett (2004), dalam bukunya *Negotiation: A Strategic Guide to Success* mengidentifikasi beberapa sumber kekuatan dalam negosiasi, antara lain:
 - a. Kekuatan Posisi. Kekuatan yang datang dari posisi atau status pihak dalam negosiasi. Pihak dengan posisi yang lebih kuat (misalnya, karena lebih berpengaruh atau memiliki kontrol terhadap sumber



BAB III

Pengaruh dalam Negosiasi

A. PENGERTIAN NEGOSIASI

Sudrajat, A. R. (2021). negosiasi adalah sebuah proses diskusi. Negosiasi dilakukan untuk tujuan menyelesaikan sebuah masalah. Melihat dari sisi etimologis, kata negosiasi berasal dari bahasa Inggris. Berasal dari kata “*to negotiate*” dan “*to be negotiating*”. Arti dari kata tersebut adalah merundingkan, membicarakan atau menawarkan. Dari kata-kata tersebut, kemudian kata negosiasi dalam bahasa Inggris memiliki kata turunan lain. Kata tersebut adalah “*negotiation*”. arti kata *negotiation* adalah sebuah aktivitas yang merundingkan atau membicarakan sesuatu. Pembicaraan atau perundingan tersebut dilakukan dengan pihak lain. Tujuan dari aktivitas tersebut adalah untuk mencapai sebuah kesepakatan. menurut asal katanya adalah sebuah proses diskusi strategis. Proses diskusi tersebut dilakukan untuk menyelesaikan sebuah masalah. Caranya dengan sesuatu yang bisa diterima oleh masing-masing pihak yang ikut serta dalam bernegosiasi

Aspek Kemampuan Negosiasi Menurut Nurhadi, M (2023). terdapat empat aspek kemampuan negosiasi yaitu:

1. Kemampuan untuk memisahkan perasaan pribadi dengan masalah yang sedang dihadapi. Negosiator harus mampu bersikap profesional dengan tetap fokus pada masalah yang sedang dibicarakan, bukan pada orang yang terlibat di dalamnya, dan harus mampu mengesampingkan perasaan pribadi yang dapat mempengaruhi proses negosiasi.
2. Kemampuan untuk berfokus pada kepentingan bukan posisi. Setiap negosiator berangkat dari posisi yang berbeda, menganggap lawan negosiasi sebagai “seseorang yang harus dikalahkan” adalah sikap yang kurang menguntungkan karena dapat menjebak dalam kecurigaan yang dapat mengalihkan kepentingan awal bernegosiasi.
3. Kemampuan untuk mengumpulkan beberapa pilihan sebelum membuat keputusan akhir. Mampu mengumpulkan sebanyak mungkin pilihan agar tidak terjebak pada masalah atau solusi, hal ini akan meningkatkan kualitas kesepakatan akhir dan memperbesar kemungkinan untuk memuaskan kebutuhan semua pihak yang terlibat. Menyusun strategi negosiasi yang efektif sebelum negosiasi dimulai akan membantu mencapai kesepakatan.
4. Kemampuan untuk memastikan bahwa hasil didasarkan pada kriteria obyektif. Orang karismatik atau vokal terdengar sangat menyakinkan selama negosiasi akan memberikan pengaruh yang tidak seimbang dalam mengambil keputusan, terlebih ketika seseorang memiliki keraguan. mencapai hasil maksimal sangatlah penting untuk mampu menggunakan kriteria yang obyektif, seperti menganalisis keuntungan dan kerugian dari tawaran yang diberikan

B. Kekuatan Relatif

Menurut Wahyuni, E. D. (2021). kekuatan tawar-menawar (bargaining power) adalah kekuatan relatif pembeli dan penjual dalam mempengaruhi pertukaran pada suatu transaksi. Kekuatan relatif dalam negosiasi juga menjadi kemampuan atau posisi masing-masing pihak untuk mempengaruhi hasil dari suatu proses negosiasi, yang bergantung pada berbagai



BAB IV

Etika Dalam Negosiasi

A. Konsep Dasar Negosiasi

Negosiasi merupakan sebuah bentuk interaksi sosial ketika beberapa pihak terlibat untuk menyelesaikan sebuah tujuan yang bertentangan, atau bisa diartikan sebagai salah satu bentuk interaksi sosial diantara dua belah pihak ataupun lebih dengan memiliki tujuan untuk mencapai kesepakatan bersama dimana setiap pihak saling diuntungkan. Menurut Jackman (2005:8) negosiasi merupakan sebuah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang pada mulanya memiliki pemikiran berbeda, hingga akhirnya mencapai kesepakatan. Negosiasi disebut pula sebagai proses interaktif yang dilakukan untuk mencapai persetujuan. Proses ini melibatkan dua orang atau lebih yang memiliki pandangan berbeda tetapi ingin mencapai beberapa resolusi bersama (McGuire, 2004: 23).

Negosiasi melibatkan persuasi/bujukan untuk mencapai suatu maksud dan kompromi yang konstruktif/membangun. Terdapat beberapa hasil penelitian para ahli mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan

dalam bernegosiasi, berikut perinciannya. Menurut McGuire (2004: 24) terdapat tiga faktor utama dalam kemampuan negosiasi yang baik, yaitu sebagai berikut:

1. *Patience*

Negosiator yang baik menyadari bahwa negosiasi membutuhkan proses, termasuk di dalamnya untuk menghilangkan sekat diantara kedua pihak dan bukan merupakan hasil instan.

2. *Self Confidence*

Negosiator yang baik menyadari bahwa dengan memiliki kepercayaan diri berarti memiliki pula keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan negosiasi.

3. *Communication Skill*

Negosiator yang baik menyadari bahwa dengan melibatkan dua pihak, negosiasi membutuhkan kemampuan komunikasi yang baik agar mampu menangkap pesan secara efektif.

4. *Ethics*

Etika merupakan sebuah studi yang membicarakan perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dinilai baik dan buruk. Etika juga disebut ilmu normatif, yakni berisi ketentuan-ketentuan (norma-norma) yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai tingkah laku baik atau buruk. Tsay & Bazerman (2009), mengungkapkan bahwa, *ethical standards in negotiation are critical to understanding the nature of the negotiation game*. Kesalahan dalam etika yaitubahasayangtidak-pas dantidak menghargai waktu lawan/partner.

5. *Psychology*

Mengerti kondisi psikologi mitra negosiasi, yakni mampu menerima sudut pandang mitra yang mungkin berbeda dan mampu melakukan pendekatan yang logis untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang baik, saling menguntungkan, dan saling menghormati.

6. *Emotion*

Koseska, Batkoska, & Arnaudov (2012) bahwa, *“In the negotiations, especially the ones that lead towards an argument, very often the emotions*



BAB V

Hubungan Dalam Negosiasi

A. Pengertian Hubungan Dalam Negosiasi

Dalam dunia bisnis, setiap oknum, perusahaan, atau organisasi perlu melakukan hubungan kerja sama. Hubungan kerja sama perlu dilakukan agar dapat menjalankan usaha. Perlunya menjalin hubungan kerja sama yang baik, agar tidak menimbulkan konflik yang dapat menjadi halangan bagi jalannya usaha. Akan tetapi, setiap hubungan kerja sama pasti ada perbedaan pendapat atau pandangan dalam menjalankan tujuan dari kerja sama yang dilakukan antara kedua belah pihak. Oleh karena itu setiap hubungan kerja sama, tentu ada namanya negosiasi antar pihak sebelum suatu hubungan kerja sama disepakati (Fatyandri, dkk, 2022).

Negosiasi menjadi suatu kemampuan penting yang harus dimiliki pihak perusahaan, sebab apabila kemampuan ini tidak dikembangkan, maka perusahaan akan kehilangan kesempatan berupa keuntungan investasi atau konsumen, atau ketidakpuasan dari internal perusahaan seperti karyawan yang kecewa yang dapat menyebabkan kenaikan *turnover rate*. Kemampuan

bernegosiasi juga merupakan salah satu *skill* yang sangat berharga bagi pihak perusahaan. Kesuksesan atau kegagalan suatu proses negosiasi bergantung pada kemampuan serta teknik bernegosiasi yang digunakan oleh salah satu pihak. Apabila salah satu pihak dapat menebak strategi negosiasi yang digunakan oleh lawan bicara, pihak tersebut dapat memenangkan negosiasi (Komara, dkk, 2023). Teknik negosiasi yang baik, dengan menekankan pentingnya hubungan jangka panjang dan merekomendasikan opsi yang saling menguntungkan (Hasikin & Harmonis, 2024).

B. Bentuk-Bentuk Hubungan

Fiske (2019) melakukan penelitian etnografi di Burkina Faso, Afrika, dengan fokus pada masyarakat Moose, yang menjadi bagian dari disertasinya. Dalam studinya, Fiske mengidentifikasi empat bentuk hubungan sosial yang berlaku dalam masyarakat tersebut, yaitu Communal Sharing, Authority Ranking, Equality Matching, dan Market Pricing. Keempat bentuk hubungan ini mencerminkan cara-cara hubungan antarindividu dan kelompok terjalin, yang relevan untuk berbagai konteks masyarakat.

C. Communal Sharing

Hubungan ini ditandai dengan solidaritas yang kuat, kesamaan identitas, dan prinsip komensalitas atau kerja sama yang saling menguntungkan. Anggota komunitas berbagi sumber daya tanpa perhitungan untung-rugi. Dalam konteks lokal, prinsip ini dapat ditemukan dalam budaya gotong royong yang menjadi ciri khas masyarakat Indonesia, di mana solidaritas kelompok menjadi fondasi kerja sama sosial (Koentjaraningrat, 2019). Studi kontemporer menunjukkan bahwa bentuk hubungan ini mendukung kohesi sosial di komunitas tradisional dan modern (Delhey & Dragolov, 2019).

D. Authority Ranking

Hubungan ini berbasis hierarki, di mana pihak dengan status lebih tinggi memiliki hak istimewa dan otoritas lebih besar dibandingkan pihak di



Daftar Pustaka

- Adinda, R. Q., & Kusumadinata, A. A. (2023). Teknik Komunikasi Dalam Dunia Kerja. *Karimah Tauhid*, 2(1), 360-368.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.
- Afifah, N. (2024). Kajian Literatur: Pemetaan Lanskap Pemangku Kepentingan untuk Membangun Autentisitas dan Kepercayaan Konsumen dalam Pemasaran Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 9(1), 1-15.
- Agusalim, L. (2024). Pelatihan Membangun Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Keterampilan Bernegosiasi bagi Pelaku Hubungan Industrial. *Science and Technology: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 328-340.
- Aji, M. P (2019). Memahami Studi Perdamaian sebagai Bagian dari Ilmu Hubungan Internasional. *Jurnal Pertahanan dan Bela Negara*, 9(3), 65-84
- Arifin, H. S., Widyowati, W., Agung Prastowo, F. X., & Octavianti, M. (2023). PELATIHAN KOMUNIKASI EFEKTIF UNTUK PENGENALAN OBJEK WISATA CILETUHPALABUHANRATU UNESCO GLOBAL GEOPARK (UGGP). *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 12(2).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bacharach, S. B., & Lawler, E. J. (1986). *Power dependence & power paradoxes in bargaining*. *Negotiation Journal*, 2, 167-174.

- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. W. H. Freeman
- Baron-Cohen, S. (2011). *The Empathy Instinct: How to Create a More Civil Society*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Barrett, J. T. (2004). *Quick Guide to the 16 Personality Types and Teams*. Gainesville, FL: Center for Applications of Psychological Type.
- Batson, C. D. (2009). *Altruism in Humans*. New York, NY: Oxford University Press.
- Beebe, S. A., Beebe, S. J., & Redmond, M. V. (2014). *Interpersonal Communication: Relating to Others (7th ed.)*. Pearson
- Berger, C. R., Roloff, M. E., Roskos-Ewoldsen, D. R., Widowatie, D. S., & Irfan, Z. M. (2021). *Tawar-Menawar dan Negosiasi: Handbook Ilmu Komunikasi*. Nusamedia.
- Brett, J. M. (2007). *Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions Across Cultural Boundaries*. Jossey-Bass.
- Brooks, E., & Odiorne, G. S. (1984). *Managing by Negotiations*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Bruner, J. S. (1966). *Toward a theory of instruction*. Harvard University Press
- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2016). *Nonverbal Communication*. Routledge
- Busyairi, M. A. (2019). *Dinamika Mekanisme Alternatif Penyelesaian Sengketa*. Otentik's: Jurnal Hukum Kenotariatan, Vol. 1, No. 1.
- Calero, H. H., & Oskam, B. (1993). *Negotiate the Deal You Want*. New York: Dodd, Mead.
- Carrell, M. R., & Heavrin, C. (2008). *Negotiating Essentials: Theory, Skills, and Practices*. Pearson.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise*. MIT Press.
- Cohen, R. (1987). *Theatre of power: The art of diplomatic signalling*. London/New York: Longman.

- Colquitt, J. A. (2001). *On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure*. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 386-400.
- Copeland, G. (1990). *Increasing group productivity: A practical guide for health professionals*. The HIS Primary Care Provider, 1-9.
- Dama, H. (2013). Efektivitas komunikasi dan negosiasi dalam bisnis. *Gorontalo: UNG Repository*.
- Darmawan, D., & Andayani, E. (2010). *Prinsip keadilan dalam organisasi dan pengaruhnya terhadap keterikatan kerja*. E-Bis Jurnal UNSURI. Diakses dari E-Bis Jurnal UNSURI.
- Decety, J., & Jackson, P. L. (2004). The Functional Architecture of Human Empathy. *Behavioral and Cognitive Neuroscience Reviews*, 3 (2), 71-100.
- Delhey, J., & Dragolov, G. (2019). *Social cohesion and its correlates: A global comparison*. *Social Indicators Research*, 141(3), 847–871.
- Duckworth, A. L., & Gross, J. J. (2014). Self-Control and Grit: Related but Separable Determinants of Success. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 319–325
- Efendi, E., Julyanthry, J., Putri, D. E., Ervina, N., Loist, C., Manurung, S., & Simangunsong, R. (2023). Sosialisasi Manajemen Komunikasi Untuk Meningkatkan Kualitas Sdm Pada Karyawan Di PT Royal Agrindo Pacific. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 2339-2344.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1975). *Unmasking the Face: A Guide to Recognizing Emotions from Facial Clues*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Fadhli, M (2020). *Keterampilan Manajerial Efektif*. Yayasan Kita Menulis.
- Faiqatul Isma Dwi Utami. (2022). *Efektivitas Komunikasi Negosiasi dalam Bisnis*. *Jurnal Komunike*, 10(2), 123-135.
- Fatyandri, A. N., Chanada, E., Riady, F., Salim, K., & Wu, V. N. (2022). *Manajemen konflik dan teknik negosiasi yang baik dan tepat dalam dunia*

- industri makanan dan minuman*. YUME: Journal of Management, 5(3), 436-440.
- Ferdinand, G. R., Madallo, E., Palamba, R., Josua, R., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Jaya, U. A. (2019). Etika Dalam Kehidupan Bermasyarakat. *Jurnal Etika Kehidupan*, 3-4.
- Fisher, R., & Shapiro, D. (2005). *Beyond Reason: Using Emotions as You Negotiate*. New York, NY: Viking.
- Fisher, R., Ury, W. L., & Patton, B. (2011). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. Penguin Books.
- Fitriyani, I., Susilo, A., & Hartono, B. (2011). *Pengaruh keadilan organisasi terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 15(2), 76-85.
- Friedman, R. A., & Currall, S. C. (2003). *Conflict Escalation: Dispute Exacerbating Elements of E-Mail Communication*. *Human Relations*, 56(11), 1325-1347.
- Gamble, T. K., & Gamble, M. (2013). *Communication Works*. McGraw-Hill.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. New York, NY: Bantam Books.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. Garden City, NY: Anchor Press/Doubleday.
- Hamdan, Y. (2021). DCA RI-Singapura: Tinjauan Negosiasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 89-96.
- Harahap, I. (2019). *Hadis-hadis ekonomi*. Prenada Media.
- Hardi, W. (2020). *Collaborative Governance Dalam Perspektif Administrasi Publik*
- Hasan, M., & Jubari, J. M. (2020). *Organizational justice and its impact on trust in management*. *Journal of Management Studies*, 45(1), 56-78.
- Hasikin, H., & Harmonis, H. (2024). *Strategi diplomasi dan negosiasi dalam bisnis wedding organizer*. Triwikrama: *Jurnal Ilmu Sosial*, 4(12), 71-80.
- Isfianadewi, D. (2023). *Negotiation & Conflict Resolution*, Modul IV–The Nature of Negotiation. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

- Iswahyudi, M. S., Riana, N., Apriliyanti, M. I., Alfalisyanto, S. E., CMP, M., Arini, D. U., ... & Sos, S. (2024). *KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI BISNIS*. CV Rey Media Grafika.
- Jackman, A. (2021). *How to negotiate*. ESENSI.
- Jackman, R. (2005). *Pengertian Negosiasi*.
- Jackman, A. 2005. *How To Negotiate: Teknik Sukses Bernegosiasi*. Jakarta: Erlangga.
- Jayanti, D. D., Etlidawati, E., Suroso, J., & Azizah, U. (2024). Hubungan Komunikasi Efektif Perawat dengan Pelaksanaan Discharge Planning Pasien di RSUD Prof. Dr. Margono Soekarjo Purwokerto. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(1), 582-591.
- Johnson, R. (2021). *Effective Communication Strategies in Negotiation*.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antarbudaya: Teori dan Praktik*.
- Johnson, R. (2021). Strategi Komunikasi dalam Negosiasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Jones, G. E. (2003). *Killing Monsters: Why Children Need Fantasy, Super Heroes, and Make-Believe Violence*. New York, NY: Basic Books.
- Jonsson, Christer & Martin Hall, *Communication: An Essential Aspect of Diplomacy*, 2001.
- Jurnal Bisnis Strategi, Universitas Diponegoro. (2021). *Analisis Negosiasi Bisnis Perusahaan Trading dengan Pengepul Kopi Toraja*. *Jurnal Bisnis Strategi*, 15(1), 45-60.
- Karni, A., & Livneh, U. (2017). Empathy and Its Role in Helping Behavior. *Psychology Today*.
- Kasali, R. (1998). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kasim, M. (2019). Manajemen Konflik Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis. *Jurnal Al Himayah*, 3(2).
- Kilmann, R. H., & Thomas, K. W. (1977). Developing a Forced-Choice Measure of Conflict-Handling Behavior: The "MODE" Instrument. *Educational and Psychological Measurement*, 37(2), 309-325
- Kissinger, H. (1994). *Diplomacy*. New York, NY: Simon & Schuster.

- Knapp, M. L., & Hall, S. (2010). *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Wadsworth Cengage Learning.
- Koentjaraningrat (1985). *Kebudayaan Jawa*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Koentjaraningrat. (2019). *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Komara, W. G., Barkah, C. S. A., Tresna, P. W., & Novel, N. J. A. (2023). *Analysis of negotiation efforts on default cases in PT Trihamas Finance Company*. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 7(1).
- Koseska, E., Batkoska, L., & Arnaudov, K. (2012). Negotiation Skills—A Factor for Insurance Development in Conditions of a Changeable Surrounding. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 193-199.
- Kusumaatmadja, M. (2000). *Pengantar Hukum Internasional*. Bandung: Binacipta.
- Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2020). *Negotiation: Readings, Exercises, and Cases* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Lewicki, R. J., Saunders, D. M., & Barry, B. (2015). *Negotiation*. McGraw-Hill Education.
- Lewicki, R.J. (2012). *Negosiasi (Negotiation), edisi: 1*. Jakarta : Selemba Humanika
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of Human Communication*. Waveland Press.
- Lloyd, A. (2010). Information Literacy Landscapes: Information Literacy in Education, Workplace, and Everyday Contexts. *Journal of Information Literacy*, 4(1), 1–13.
- Lunarindiah, G., Nilasari, B. M., Amirah, E. Y., & Haryanigtyas, P. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Bisnis & Negosiasi*. Manajemen Universitas Medan Area. “Peran Komunikasi dalam Negosiasi.” 28 Mei 2022.
- Margono, S. (2016). *Teknik Negosiasi Kompetitif: Unsur dan Ciri-Ciri*. *Lex et Societatis*, Vol. IV/No. 9/Okt-Des.
- Mather, J., & Mather, J. A. (2020). *Negotiation: Theory and Practice*. Routledge.
- McGuire, R. 2004. Negotiation: An In Important Life Skill. *Jurnal The Pharmaceutical*. Vol. 273 (23-25).

- McGuire, W. J. (2004). *Proses Interaktif dalam Negosiasi*.
- Mehrabian, A. (1971). *Silent Messages*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Mehrabian, A. (1971). *Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes*. Wadsworth Publishing.
- Meiyanto, S. NEGOSIASI SAAT INI: *SEMUA MENANG*. Buletin Psikologi, 7(2).
- Menkel-Meadow, C., & Love, L. P. (2019). *Dispute Resolution: Beyond the Adversarial Model*. Aspen Publishing.
- Moore, C. W. (2003). *The Mediation Process: Practical Strategies for Resolving Conflict* (3rd ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass
- Mulyadi (2001). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Naim, M. (2020). *Adat dan Dinamika Masyarakat Minangkabau*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nasukah, B., Sulistyorini, S., & Winarti, E. (2020). Peran Komunikasi Efektif Pemimpin Dalam Meningkatkan Kinerja Institusi. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 81-93.
- Niran, K. (2019). *Trik Sukses Menjalin Relasi: Cara Mudah Bergaul, Membangun Pengaruh, dan Memenangkan Kepercayaan Siapa Saja*. Anak Hebat Indonesia.
- Nugroho, S. A (2018). *Hukum kepailitan di Indonesia: dalam teori dan praktik serta penerapan hukumnya*. Kencan
- Nurhadi, E. (2020). Strategi penguatan posisi tawar petani melalui perbaikan struktur pasar dan pengembangan lembaga ekonomi pedesaan. *Jurnal Eksekutif*, 8(2).
- Nurhadi, M (2023). Penyelesaian Sengketa Pasar Modal Melalui Negosiasi. *Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 15(1), 59-72.
- Nursolihah, M. (2020). Analisis karakteristik khusus teks negosiasi. *LITERASI: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah*, 10(1), 24-41.
- Olifia, S., Ambulani, N., Andini, D. T., Nahdiana, N., Azis, F., Haqiqi, P., ... & Judijanto, L. (2024). *Seni Komunikasi: Membangun Keterampilan*

- Komunikasi yang Kuat di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Oliver, R. (dalam Purwanto, 2006). *Negosiasi sebagai Transaksi*.
- Perdhana, M. S., & Sawitri, D. R. (2019). Buku Ajar” Analisis Perilaku Keorganisasian”.
- Pugu, M. R. (2024). *Diplomasi dan Negosiasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putranto, A (2024). Tantangan komunikasi dalam negosiasi bisnis lintas budaya. *Journal of Education Research*, 5(2), 1920-1924.
- Rahayu, I., Barkah, C. S. A., & Novel, N. J. (2022). *Studi kasus analisis proses negosiasi PT. Freeport dengan pemerintah Indonesia*.
- Rai, T. S., & Fiske, A. P. (2019). *Moral psychology is relationship regulation: Moral motives for unity, hierarchy, equality, and proportionality*. *Psychological Review*, 126(1), 70–97.
- Rakhmaniar, A. (2024). Analisis Kuantitatif Tentang Pengaruh Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Dalam Proses Negosiasi Bisnis. *SOSIAL: Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, 2(1), 1-10.
- Riana, D. (2022). *Investasi dan Pasar Modal*. Penerbit NEM.
- Rogers, C. R. (1961). *On Becoming a Person: A Therapist’s View of Psychotherapy*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Rosenberg, M. B. (2003). *Nonviolent Communication: A Language of Life*. PuddleDancer Press.
- Rotter, J. B. (1967). A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust. *Journal of Personality*, 35(4), 651-665
- Santoso, D. (2020). *Dinamika pasar tradisional dan modern di era digital*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(2), 109–120.
- Schramm, W. (1954). How Communication Works. In *The Process and Effects of Mass Communication* (pp. 3-26). University of Illinois Press.
- Shapiro, D. L. (2004). *The Power of Nice: How to Negotiate So Everyone Wins—Especially You!*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- Shell, G. R. (2001). *Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People*. New York, NY: Penguin Books

- Simamora, B. (2021). *Memenangkan Pasar dg Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sinaga, F. (2010). *Etika Dalam Negosiasi Dan Penyelesaian Konflik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Siswanto, A. (2017). *Pendekatan dan strategi negosiasi dalam normalisasi hubungan diplomatik Amerika Serikat-Kuba*. Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum, 2(1), 51-64.
- Smith, A. (1759). *The Theory of Moral Sentiments*. London: A. Millar.
- Sopacua, Y., Sos, S., Alfredo, R., Sos, S., & Kom, M. I. (2024). *KONSEP DASAR KOMUNIKASI BISNIS*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Subekti, T. (2021). *Peran arisan dalam memperkuat solidaritas sosial di masyarakat pedesaan*. Jurnal Ilmu Sosial Indonesia, 46(1), 12–25.
- Sudrajat, A. R. (2021). *Perilaku Organisasi Sebagai Suatu Konsep & Analisis*. Nilacakra.
- Sudrajat, A. R. (2021). *Perilaku Organisasi Sebagai Suatu Konsep & Analisis*. Nilacakra
- Sulistiyani, H. (2022). *Buku Sakti Berbicara: Bagaimana Membangun Komunikasi yang Efektif Kepada Siapa Saja dalam Setiap Situasi*. Anak Hebat Indonesia.
- Syafaruddin, A. (2013). *Resolusi konflik dan negosiasi bisnis*, Edisi ke-1, Yogyakarta : BPFEE.
- Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia: Beberapa Masalah Penting*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tannen, D. (1990). *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. New York, NY: William Morrow and Company.
- Tazkiya, A (2021). *Meraih keberhasilan negosiasi bisnis melalui keterampilan berkomunikasi*. Jurnal sosial dan sains, 1(5), 345-358.
- Thomas, K. W. (2006). *Conflict and Negotiation Processes in Organizations*. Research in Organizational Behavior, 28, 271-322.
- Thompson, L. (2014). *The Mind and Heart of the Negotiator*. Pearson.
- Triana, N (2019). *Alternative Dispute Resolution: Penyelesaian Sengketa Alternatif Dengan Model Mediasi, Arbitrase, Negosiasi dan Konsiliasi*. Kaizen Sarana Edukasi.

- Tsay, C. J., & Bazerman, M. H. (2009). A decision-making perspective to negotiation: A review of the past and a look to the future. *Negotiation Journal*, 25(4), 467-480.
- Ury, W. (1991). *Getting Past No: Negotiating with Difficult People*. New York, NY: Bantam Books
- Usman, S. (2002). *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Utami, F. I. D. (2017). Efektivitas komunikasi negosiasi dalam Bisnis. *Komunike*, 9(2), 105-122.
- Utami, F. I. D. (2019). Efektivitas komunikasi negosiasi dalam Bisnis. *Komunike*, 9(2), 105-122.
- Van Dijke, M., De Cremer, D., Mayer, D. M., & Reinders Folmer, C. (2020). *Hierarchy and social decision-making: The influence of power and status*. *Journal of Organizational Behavior*, 41(1), 30–45
- Volkema, R.J. (2012) *Menjadi Negosiator Ulung*, Edisi Ke-3. Jakarta : PMM.
- Voss, C., & Raz, T. (2016). *Never Split the Difference: Negotiating As If Your Life Depended On It*. New York, NY: Harper Business.
- Wahyuni, E. D. (2021). Penguasaan Pasar dan Daya Tawar Palem Waregu (*Raphis excelsa*) Sumatera Barat pada Pemasaran dalam Daerah dan Internasional. *Jurnal Ekobistek*, 156-161.
- Wall, J.A. (1985). *Negotiation: Theory and Practice*. Glenview, IL: Scott Foresman
- Walther, J. B. (1996). *Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction*. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Watkins, M. (2003). *The First 90 Days: Critical Success Strategies for New Leaders at All Levels*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Winoto, H. (2019). *Buku Ajar Komunikasi Bisnis dan Negosiasi*. Jawa Barat: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Zaki, J., & Ochsner, K. N. (2012). The Neuroscience of Empathy: Progress, Pitfalls, and Promise. *Current Directions in Psychological Science*, 21(2), 1-5

DIMENSI KRITIS DALAM NEGOSIASI BISNIS

Komunikasi, Kekuatan, Budaya

Buku Dimensi Kritis Dalam Negosiasi Bisnis: Komunikasi, Kekuatan, Budaya membahas secara komprehensif tiga aspek utama yang menentukan keberhasilan dalam negosiasi bisnis: komunikasi, kekuatan, dan budaya. Ditulis dengan pendekatan ilmiah yang disertai contoh-contoh praktis, buku ini menjadi panduan penting bagi siapa saja yang ingin memahami dinamika negosiasi secara mendalam.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan global, kemampuan untuk bernegosiasi secara efektif adalah keterampilan kunci. Buku ini menjelaskan bagaimana komunikasi yang strategis dapat membangun kepercayaan dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pihak-pihak yang terlibat. Selain itu, penulis membahas bagaimana kekuatan — baik dalam bentuk pengaruh, posisi, maupun sumber daya — dapat digunakan untuk mencapai hasil yang optimal tanpa mengorbankan hubungan jangka panjang.

Dimensi budaya juga mendapat perhatian khusus, mengingat pengaruh perbedaan nilai, norma, dan tradisi dalam negosiasi lintas budaya. Buku ini menawarkan wawasan tentang bagaimana memahami dan mengelola perbedaan budaya untuk mencegah konflik dan memaksimalkan potensi kerja sama.

Melalui pembahasan yang mendalam dan relevan, buku ini tidak hanya cocok untuk pebisnis, tetapi juga bagi profesional, akademisi, dan siapa saja yang tertarik untuk meningkatkan keterampilan negosiasi dalam konteks profesional maupun pribadi. Dengan membaca buku ini, pembaca akan mendapatkan perspektif baru dan strategi praktis untuk menjadi negosiator yang lebih tangguh dan adaptif di era globalisasi.



✉ literasinusantaraofficial@gmail.com
🌐 www.penerbitlitnus.co.id
📖 Literasi Nusantara
📞 literasinusantara_
☎ 085755971589

Ekonomi

+17

ISBN 978-634-206-741-3



9 786342 067413