



Strategi Negosiasi Efektif di Era Digital melalui Platform Digital

Dinda Rizqia Maulana¹, Annabilla Zahra², Khairatun Hisan³, Lilik Sumarni⁴

¹⁻⁴ Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Alamat: Jalan K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419

Korespondensi Penulis: dindamaulanar@gmail.com

Abstract. *The digital age has revolutionized many aspects of life, including the way we negotiate. Digital platforms such as social media, email and video conferencing have opened up new opportunities to negotiate with parties around the world. However, these changes also present new challenges that require adaptive and innovative negotiation strategies. This research aims to observe and understand the interactions and dynamics of negotiations taking place on digital platforms. Qualitative methods were used to analyze effective negotiation strategies in the digital era through various digital platforms. Data was collected through in-depth interviews with digital platform users, direct observation of the negotiation process on digital platforms, as well as a literacy review of previous research. The results show that negotiations are increasingly turning to online platforms that offer flexibility, wide coverage and easy access to information. However, digital negotiations also face significant challenges such as a lack of non-verbal communication, difficulty in building trust, and potential technological disruptions. To create effective negotiations in the digital age, an adaptive strategy is needed that takes into account the unique characteristics of digital negotiations and helps companies reach mutually beneficial agreements. This strategy includes seven steps outlined by Poerwanto (2014), namely preparation, first contact, assessment, confrontation, conciliation, solution, and post-negotiation.*

Keywords: *Digital negotiation, negotiation strategy, digital platform, digital era, non-verbal communication.*

Abstrak. Era digital telah merevolusi berbagai aspek kehidupan, termasuk cara kita bernegosiasi. Platform digital seperti media sosial, email, dan konferensi video telah membuka peluang baru untuk bernegosiasi dengan pihak-pihak di seluruh dunia. Namun, perubahan ini juga menghadirkan tantangan baru yang memerlukan strategi negosiasi yang adaptif dan inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati dan memahami interaksi serta dinamika negosiasi yang terjadi di platform digital. Metode kualitatif digunakan untuk menganalisis strategi negosiasi yang efektif di era digital melalui berbagai platform digital. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengguna platform digital, observasi langsung terhadap proses negosiasi di platform digital, serta kajian literasi dari penelitian sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa negosiasi semakin banyak beralih ke platform online yang menawarkan fleksibilitas, cakupan luas, dan akses mudah terhadap informasi. Namun, negosiasi digital juga menghadapi tantangan signifikan seperti kurangnya komunikasi non-verbal, kesulitan dalam membangun kepercayaan, dan potensi gangguan teknologi. Untuk menciptakan negosiasi yang efektif di era digital, diperlukan strategi adaptif yang mempertimbangkan karakteristik unik dari negosiasi digital dan membantu perusahaan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Strategi ini meliputi tujuh langkah yang diuraikan oleh Poerwanto (2014), yaitu persiapan, kontak pertama, penilaian, konfrontasi, konsiliasi, solusi, dan pasca negosiasi.

Kata Kunci: Negosiasi digital, strategi negosiasi, platform digital, era digital, komunikasi non-verbal.

1. LATAR BELAKANG

Era digital telah mengubah hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Platform online seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi perpesanan telah menjadi elemen penting dalam bisnis sehari-hari, menciptakan lingkungan bisnis yang dinamis dengan peluang dan tantangan baru, termasuk dalam hal negosiasi.

Negosiasi tatap muka tradisional kini semakin beralih ke platform online. Lingkungan online menawarkan fleksibilitas, cakupan luas, dan akses mudah terhadap informasi, namun

Received Juni 21, 2024; Revised Juli 03, 2024; Accepted Juli 17, 2024; Online Available Juli 20, 2024

*Dinda Rizqia Maulana dindamaulanar@gmail.com

juga menghadirkan tantangan seperti kurangnya komunikasi non-verbal, kesulitan membangun kepercayaan, dan potensi gangguan teknologi. Kurangnya komunikasi non-verbal dalam negosiasi online dapat menyebabkan misinterpretasi dan kesalahpahaman, sementara kesulitan membangun kepercayaan disebabkan oleh sifat impersonal dan anonim dari interaksi online, yang dapat memperlambat proses negosiasi. Selain itu, ketergantungan pada teknologi membawa risiko gangguan teknis, seperti masalah konektivitas internet, kerusakan perangkat, atau serangan siber, yang dapat menghambat komunikasi dan mengganggu kelancaran negosiasi.

Untuk memaksimalkan manfaat dan meminimalkan tantangan platform online, diperlukan strategi negosiasi yang adaptif dan efektif. Strategi ini harus mempertimbangkan karakteristik unik dari negosiasi online dan membantu perusahaan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Langkah pertama adalah melakukan persiapan yang matang, termasuk memahami kebutuhan dan kepentingan kedua belah pihak, mengumpulkan data dan informasi relevan, serta mengidentifikasi potensi masalah dan solusi. Memilih platform online yang tepat, yang aman dan andal serta sesuai dengan kebutuhan komunikasi kedua belah pihak, juga sangat penting. Penggunaan video konferensi dapat membantu mengatasi tantangan kurangnya komunikasi non-verbal, karena dengan video, negosiator dapat melihat ekspresi wajah dan bahasa tubuh lawan bicara, yang membantu dalam memahami niat dan emosi mereka.

Untuk membangun kepercayaan, penting untuk menjaga komunikasi terbuka dan transparan, dengan mengkomunikasikan tujuan, ekspektasi, dan kekhawatiran dengan jelas untuk mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan. Mengatasi gangguan teknologi dengan memastikan teknologi yang digunakan berfungsi dengan baik sebelum memulai negosiasi, serta memiliki rencana cadangan untuk menghadapi masalah teknis yang mungkin timbul, juga penting. Selain itu, menciptakan struktur negosiasi yang jelas, dengan memulai dengan agenda yang disepakati bersama, menetapkan waktu untuk setiap topik diskusi, dan menyimpulkan dengan ringkasan hasil, dapat membantu menjaga negosiasi tetap fokus dan efisien.

Sebagai contoh, Perusahaan X, seorang pemimpin di bidang teknologi, dihadapkan pada tantangan yang kompleks dalam merundingkan kontrak dengan mitra internasional selama masa pandemi COVID-19 yang melanda global. Dengan bijaksana, mereka mengadopsi strategi negosiasi online yang adaptif, yang melibatkan persiapan matang, pemilihan platform video konferensi yang optimal, dan menjaga komunikasi yang terbuka dan jelas sepanjang proses. Hasilnya, Perusahaan X berhasil mencapai kesepakatan yang saling

menguntungkan dengan mitra mereka. Efisiensi negosiasi meningkat, waktu yang diperlukan untuk mencapai kesepakatan berkurang secara signifikan, dan, yang tak kalah penting, hubungan kepercayaan yang kuat terjalin di antara kedua belah pihak.

2. KAJIAN TEORITIS

A. Negosiasi

Negosiasi ibarat tarian antarpribadi di mana dua pihak atau lebih dengan perspektif berbeda menari bersama untuk mencapai kesepakatan yang adil dan saling menguntungkan. Negosiasi menurut definisi Nolan-Haley dan dikutip Adi Sulistiyono adalah perundingan yang disepakati bersama dimana para pihak terlibat langsung untuk mencapai kesepakatan mengenai suatu perselisihan atau suatu persoalan yang menjadi suatu perselisihan.

Negosiasi mencakup lebih dari sekedar negosiasi, komunikasi yang terbuka dan jujur, saling pengertian dan keinginan untuk mencari solusi yang menguntungkan semua pihak. Tujuan utama negosiasi, sebagaimana dijelaskan Jackman (2005), adalah untuk mencapai kesepakatan yang adil bagi kedua belah pihak. Kesepakatan-kesepakatan tersebut bukan sekedar soal siapa yang menang dan siapa yang kalah, namun tentang mencari solusi yang sesuai dengan keinginan dan keinginan semua pihak.

Oliver (Purwanto, 2006) mengibaratkan negosiasi dengan suatu transaksi dimana kedua belah pihak berhak atas hasilnya. Artinya perundingan bukan soal paksaan atau manipulasi, tapi soal kerja sama dan saling menghormati. McGuire (2004) menggambarkan negosiasi sebagai proses interaktif yang melibatkan dua orang atau lebih dengan sudut pandang berbeda. Tujuannya adalah untuk mencapai solusi bersama, bukan untuk mendominasi atau mengalahkan pihak lain.

Poerwanto (2014) menguraikan tujuh strategi negosiasi, yaitu:

1. Persiapan: Sebagai pemanasan sebelum menari, persiapan dalam negosiasi meliputi pengumpulan informasi, membangun tim yang kompeten, mempelajari profil pihak lain, sampling, dan membangun kepercayaan.
2. Kontak Pertama: Bertemu tatap muka ibarat langkah awal sebuah tarian. Di sini, kesan pertama dan interaksi pertama adalah kunci untuk membangun hubungan yang positif.
3. Evaluasi: Sama seperti mengidentifikasi irama musik, negosiator harus mengevaluasi pihak lain berdasarkan interaksi awal untuk memahami gaya negosiasi mereka.

4. Konfrontasi: Argumen ibarat klimaks sebuah tarian. Ketidaksepakatan dan perdebatan bisa muncul di sini, namun negosiator yang terampil dapat mengendalikan situasi dan fokus mencari solusi.
5. Mediasi: Mediasi ibarat langkah-langkah terencana dalam sebuah tarian. Di sini, negosiator mencari titik temu dan kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak.
6. Solusi: Menemukan solusi seperti mencapai puncak sebuah tarian. Di sini, kedua belah pihak mulai memberi dan menerima, mencari kesepakatan yang menguntungkan dan mengembangkan sikap relasional.
7. Negosiasi pasca-negosiasi: Fase keterikatan seperti pendinginan setelah berdansa. Di sini negosiator memastikan komitmen terhadap kesepakatan yang disepakati bersama.

Keberhasilan suatu negosiasi tidak hanya bergantung pada hasil akhirnya, tetapi juga pada prosesnya. Komunikasi yang baik, kerja sama dan komitmen terhadap solusi bersama adalah kunci terpenting untuk mencapai kesepakatan yang adil dan saling menguntungkan.

Negosiasi itu seperti seni komunikasi dan kerja sama. Dengan memahami strategi dan unsur-unsur penting di dalamnya, kita dapat dengan percaya diri menari di arena negosiasi dan mencapai solusi yang memuaskan semua pihak.

B. Platform Digital

Platform digital ibarat dunia virtual yang menghubungkan berbagai pihak, seperti pasar modern, tempat penjual dan pembeli, penyedia dan penerima informasi, serta penyedia layanan dan pengguna bertemu dan bernegosiasi. Platform ini menjadi jembatan untuk berkomunikasi dan bertukar nilai tanpa batasan ruang dan waktu.

Platform digital, atau pasar dua sisi, ruang terbuka bagi pelaku usaha yang berbeda untuk saling berkomunikasi dan antar perusahaan (B2B), antara perusahaan dengan konsumen (B2C) dan antar konsumen (C2C). Pada platform ini, pemasok dan pelanggan bertemu dan bertukar nilai, sehingga menciptakan dinamika ekonomi yang saling menguntungkan. Lebih dari sekedar toko online, platform digital menawarkan fitur yang lebih beragam. Di sini, individu dan kelompok dapat terhubung, berbagi informasi, membangun komunitas, dan bahkan menawarkan produk dan layanan mereka. Platform digital memberikan wadah bagi pengembangan kreativitas dan kewirausahaan, sehingga membuka peluang baru untuk mencapai kesuksesan bagi individu.

Keberadaan platform digital telah mengubah cara kita berbisnis, membeli, bahkan berkomunikasi. Kini kita dapat dengan mudah mencari produk yang kita inginkan, membandingkan harga dan membeli secara online dengan aman dan nyaman. Platform digital juga menjadi platform bagi wirausahawan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan operasionalnya.

Penciptaan nilai juga berubah di era digital. Daripada terjebak dalam rantai nilai yang linear dan tradisional, platform digital membuka peluang untuk menciptakan jaringan nilai yang saling berhubungan. Di sini, berbagai pihak berinteraksi dan bertukar nilai, menciptakan sinergi dan kerja sama yang menguntungkan semua pihak (Karimi dan Walter, 2016).

Berbagai platform digital seperti marketplace, website, dan media sosial kini menjadi pintu gerbang utama menuju dunia online yang penuh kemudahan dan pilihan. Platform digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, membuka peluang baru untuk komunikasi, transaksi, dan penciptaan nilai di era digital.

Contoh Platform Digital dan Fungsinya:

1. **Marketplace:** Platform online yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk dan layanan. Contoh: Tokopedia, Shopee, Lazada.
2. **Website:** Halaman web yang berisi informasi dan layanan yang disediakan oleh individu, organisasi, atau perusahaan. Contoh: Website perusahaan, blog pribadi, website berita.
3. **Media Sosial:** Platform online yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain, berbagi informasi, dan membangun komunitas. Contoh: Facebook, Instagram, Twitter.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mempelajari strategi negosiasi yang efektif di era digital melalui berbagai platform digital. Data utama dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan responden yang memiliki pengalaman langsung dalam melakukan negosiasi online. Selain itu, observasi langsung digunakan untuk mengamati proses negosiasi yang terjadi di platform digital, dengan fokus pada interaksi dan dinamika yang muncul. Studi literatur juga dilakukan untuk mengkaji sumber-sumber tertulis yang relevan, guna memperkuat analisis. Gabungan dari wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur

ini menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang praktik negosiasi di era digital serta dampak teknologi terhadap hasil negosiasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dunia bisnis telah berubah drastis dengan era digital. Hal ini juga mempengaruhi proses negosiasi dimana platform online seperti e-commerce, media sosial dan aplikasi pesan instan menjadi elemen penting dalam bisnis sehari-hari.

Negosiasi tradisional yang bersifat tatap muka semakin banyak yang beralih ke platform online, yang memberikan fleksibilitas, cakupan luas, dan akses mudah terhadap informasi. Di sisi lain, terdapat juga tantangan seperti kurangnya komunikasi non-verbal, membangun kepercayaan, dan kemungkinan gangguan teknis.

Menciptakan negosiasi yang efektif di era digital memerlukan strategi adaptif baru. Strategi ini harus mempertimbangkan karakteristik unik dari negosiasi Digital dan membantu perusahaan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Pergeseran Negosiasi ke Platform Digital

- Platform online seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi pesan instan menjadi penting dalam bisnis.

Muhamad Danuri (2019): Menyatakan bahwa platform digital adalah teknologi informasi yang lebih mengutamakan pelaksanaan kegiatan secara komputer atau digital dibandingkan dengan penggunaan tenaga manusia. Teknologi ini cenderung pada sistem pengoperasian yang serba otomatis dan canggih dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer.

- Negosiasi tatap muka tradisional semakin beralih ke platform online.

Dengan menggunakan platform digital, negosiasi dapat dilakukan dengan lebih efektif, efisien dan fleksibel sehingga membantu para pihak mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dengan lebih cepat dan mudah..

Keuntungan Negosiasi Digital

- **Fleksibilitas:** Negosiasi dapat diadakan kapanpun, dimanapun, tanpa mengenal waktu dan tempat.
- **Cakupan luas:** Lingkungan Digital dapat menjangkau pelanggan di seluruh dunia, sehingga memungkinkan untuk bernegosiasi dengan pelanggan di lokasi terpencil.
- **Akses informasi mudah:** informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui internet dan membantu dalam proses negosiasi

Tantangan Negosiasi Digital

- Kurangnya komunikasi non-verbal seperti ekspresi wajah dan gerakan tubuh dapat membuat komunikasi menjadi sulit.
- Kesulitan membangun kepercayaan: Kurangnya kontak fisik dapat menyulitkan membangun kepercayaan antar pihak.
- Gangguan teknologi: Masalah teknis seperti masalah internet atau perangkat lunak dapat mengganggu proses negosiasi.

Strategi Negosiasi yang Efektif di Era Digital

- Strategi Adaptif: Perusahaan harus memiliki strategi yang adaptif dan dapat berubah sesuai dengan karakteristik unik dari negosiasi digital.
- Pertimbangan karakteristik unik: Strategi harus mempertimbangkan aspek unik konferensi internet, seperti kurangnya komunikasi non-verbal dan kebutuhan untuk membangun kepercayaan melalui komunikasi verbal.
- Membantu perusahaan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan: Strategi harus dikembangkan untuk membantu bisnis mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dengan memanfaatkan manfaat negosiasi digital dan mengatasi tantangan yang ada.

Tujuh strategi negosiasi:

Poerwanto (2014) menguraikan tujuh strategi dalam negosiasi, bagaikan tujuh langkah dalam sebuah tarian yaitu; Persiapan, Kontak Pertama, Penilaian, Konfrontasi, Konsiliasi, Solusi, Pasca Negosiasi. Menerapkan strategi negosiasi yang tepat di era digital dapat membantu bisnis memanfaatkan platform online dan mengatasi tantangan yang ada untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan bagi semua pihak.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini membahas tentang Strategi Negosiasi Efektif di Era Digital melalui Platform Digital. Era digital telah mengubah dunia bisnis dan membawa peluang serta tantangan baru dalam negosiasi, dimana negosiasi tradisional yang bersifat tatap muka semakin banyak beralih ke platform Digital. Lingkungan Digital menawarkan fleksibilitas, cakupan luas dan akses mudah terhadap informasi, namun juga menghadirkan tantangan seperti kurangnya komunikasi non-verbal, pembangunan kepercayaan dan potensi gangguan teknologi. Strategi negosiasi baru yang adaptif dan efektif diperlukan untuk memaksimalkan manfaat platform Digital dan meminimalkan tantangannya. Strategi ini harus mampu mempertimbangkan

karakteristik unik dari negosiasi Digital dan membantu perusahaan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Saran

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi secara menyeluruh strategi negosiasi yang efektif di era digital, termasuk analisis keberhasilan penerapannya dalam bisnis. Terdapat kebutuhan untuk mengembangkan pedoman atau kerangka kerja yang komprehensif untuk membantu negosiator mengoptimalkan penggunaan platform digital dalam proses negosiasi. Studi kasus dan praktik terbaik perusahaan yang berhasil menerapkan strategi negosiasi efektif di era digital dapat dianalisis untuk memberikan wawasan praktis bagi pelaku bisnis lainnya. Selain itu, pelatihan berbasis platform digital dan pengembangan keterampilan negosiasi harus diintegrasikan ke dalam kurikulum pendidikan bisnis dan program pengembangan profesional.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan, I. F., & Santoso, L. (2019). Transformasi negosiasi dalam penyelesaian sengketa e-commerce di era digital. *Istinbath: Jurnal Hukum*, 16(2), 174-188.
- Melinda, T., & Harmonis, H. (2024). Strategi negosiasi yang efektif dalam lingkungan e-commerce untuk meningkatkan kesepakatan bisnis di era digital. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(2), 133-144.
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2023). Pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 343-350.
- Prastika, Y., & Kurniadi, H. (2023). Platform digital sebagai media informasi dan promosi subsektor ekonomi kreatif keroncong antar. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 131-144.
- Sulistiyono, A. (2006). Mengembangkan paradigma non-litigasi di Indonesia. Sebelas Maret University Press.