

Peran Teknik Negosiasi dan Komunikasi Dalam Menjalankan Bisnis

by Yulie Aisyah Binrany

Submission date: 19-Jun-2024 09:33AM (UTC+0700)

Submission ID: 2405099741

File name: SSCJ_vol_2_no_4_juli_2024_hal_202-210.pdf (686.87K)

Word count: 3027

Character count: 20273



Peran Teknik Negosiasi dan Komunikasi Dalam Menjalankan Bisnis

Yulie Aisyah Binrany¹, Olivia Theresia Manurung², Christian Putra Tarigan³, Lenti Susanna Saragih⁴, Danny Ajar Baskoro⁵

¹⁻⁵Program Studi Pendidikan Bisnis fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Email: yulieaisha88@gmail.com^{1*}, Omanurung258@gmail.com², chrstnputra@gmail.com³

Abstract. Effective communication plays a central role in the success of modern business, especially in the context of establishing good relationships with stakeholders. The ability to communicate clearly, responsively and on time is crucial in building a positive image, increasing work efficiency and creating a harmonious and productive work environment. Evaluation of the success of conveying information through feedback is an important key in developing effective communication, which can be done through market research or consumer research to understand consumers' identities precisely and design more effective marketing strategies in the future.

Keywords: Communication, Negotiation, Business

Abstrak Komunikasi yang efektif memainkan peran sentral dalam kesuksesan bisnis modern, terutama dalam konteks menjalin hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan. Kemampuan berkomunikasi dengan jelas, responsif, dan tepat waktu sangat menentukan dalam membangun citra positif, meningkatkan efisiensi kerja, serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif. Evaluasi terhadap keberhasilan penyampaian informasi melalui umpan balik menjadi kunci penting dalam mengembangkan komunikasi yang efektif, yang dapat dilakukan melalui riset pasar atau riset konsumen untuk memahami identitas konsumen secara tepat, serta merancang strategi pemasaran yang lebih efektif di masa depan.

Kata kunci: Komunikasi, Negosiasi, Bisnis

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis telah mengalami kemajuan pesat seiring berjalannya waktu. Bisnis tidak hanya menjadi sumber pendapatan yang menjanjikan, tetapi juga menjadi ajang untuk menjalin hubungan saling menguntungkan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Komunikasi memainkan peran krusial dalam interaksi manusia, membedakan manusia dari benda mati, dan menjadi elemen esensial yang membedakan manusia dengan hewan. Gabungan antara komunikasi dan bisnis membawa dampak yang signifikan dalam dunia usaha, menjadi hal yang tidak hanya dikenal oleh kalangan muda namun juga kaum tua. Komunikasi merupakan pondasi yang sangat penting dalam kegiatan bernegosiasi. Hasil penelitian dari para ahli komunikasi menunjukkan bahwa sekitar 75% hingga 90% waktu kerja seorang pemimpin atau manajer digunakan untuk berkomunikasi. Kehadiran komunikasi menjadi semakin penting ketika dua orang atau lebih bekerja sama, di mana kualitas komunikasi yang baik akan meningkatkan kemungkinan kerja sama yang sukses. Komunikasi yang efektif memerlukan adanya rasa saling menghormati, percaya, terbuka, dan tanggung jawab. Dalam konteks manajerial, komunikasi menjadi jembatan utama

Received: Mei, 31, 2024; Accepted: Juni 19, 2024; Published: Juli 31, 2024;

* Yulie Aisyah Binrany, yulieaisha88@gmail.com

dalam menyampaikan fungsi dan tugas manajemen kepada bawahan, termasuk dalam proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan(Christiana et al., 2022).

Dalam lingkungan bisnis, proses negosiasi juga merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Negosiasi merupakan langkah penting dalam menjalin kerja sama dengan mitra usaha potensial. Hal ini diperlukan karena alamiahnya manusia memiliki kepentingan yang beragam, namun tujuan akhirnya adalah untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masing-masing pihak. Ketika terjadi perbedaan atau konflik kepentingan, negosiasi menjadi salah satu cara yang digunakan untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan(Rosalin et al., 2020). Dalam proses ini, keterampilan dalam berkomunikasi dengan baik sangatlah diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal dan menjaga hubungan yang baik antara pihak-pihak yang terlibat.

Teknik negosiasi dan komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan bisnis di era modern ini. Dalam konteks bisnis, negosiasi adalah proses yang dilakukan antara dua pihak atau lebih untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Sementara itu, komunikasi merupakan fondasi utama yang memungkinkan proses negosiasi berlangsung dengan lancar dan efektif. Keduanya saling terkait dan memiliki peran yang tak tergantikan dalam keberhasilan sebuah bisnis. Teknik negosiasi adalah kemampuan untuk berinteraksi dengan pihak lain dengan tujuan mencapai kesepakatan yang menguntungkan(Parmitasari, 2019). Dalam bisnis, negosiasi sering kali terjadi dalam berbagai situasi, mulai dari penawaran harga, kerja sama dengan mitra bisnis, hingga penyelesaian konflik internal. Kemampuan negosiasi yang baik memungkinkan seorang pengusaha untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, memperkuat hubungan bisnis jangka panjang, dan mengatasi tantangan yang mungkin timbul selama proses bisnis.

Komunikasi yang efektif adalah kunci utama dalam menjalankan bisnis dengan sukses. Kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan jelas, mendengarkan dengan baik, dan memahami kebutuhan serta keinginan pihak lain adalah hal yang sangat penting dalam dunia bisnis. Komunikasi yang baik juga memungkinkan terjalinnya hubungan yang kuat antara pemilik bisnis, karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis. Selain itu, komunikasi yang efektif membantu menghindari kesalahpahaman, mengurangi konflik, dan meningkatkan kolaborasi di dalam organisasi(Tambingon et al., 2014). Teknik negosiasi yang baik membutuhkan dasar komunikasi yang kuat. Proses negosiasi yang efektif hanya bisa terjadi ketika kedua belah pihak dapat berkomunikasi dengan baik, saling memahami kebutuhan dan kepentingan masing-masing, serta menemukan solusi yang menguntungkan bersama. Oleh karena itu, pengusaha yang menguasai teknik negosiasi yang baik juga harus memiliki kemampuan

komunikasi yang handal untuk meraih kesuksesan dalam menjalankan bisnisnya(Dama, 2013). Peran teknik negosiasi dan komunikasi dalam menjalankan bisnis tidak dapat dipandang remeh. Kedua hal ini menjadi fondasi penting yang mendukung keberhasilan suatu bisnis, memastikan terjalinnya hubungan yang baik dengan berbagai pihak terkait, dan membantu dalam mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan pendekatan yang digunakan untuk menggali pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang sedang diteliti dan menjelaskan secara rinci karakteristik atau sifat-sifat yang terkait dengan fenomena tersebut. Pendekatan deskriptif dalam metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lengkap dan detail tentang topik atau fenomena yang sedang diselidiki tanpa melakukan manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang ada. Sementara itu, pendekatan kualitatif dalam metode ini digunakan untuk memahami makna, persepsi, dan pengalaman yang dialami oleh individu atau kelompok terkait dengan topik penelitian. Analisis data dalam metode ini lebih mengutamakan teks, narasi, atau citra, serta lebih menekankan pada kualitas informasi yang diperoleh daripada kuantitasnya. Dengan kombinasi antara pendekatan deskriptif dan kualitatif, penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih dalam dan kontekstual terhadap fenomena yang diteliti, serta menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap aspek-aspek yang terlibat dalam penelitian tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A Komunikasi: Definisi dan Proses

Effendy menjelaskan bahwa komunikasi berasal dari kata Latin "communication", yang memiliki arti sama atau pengertian yang serupa. Dalam bahasa Inggris, istilah tersebut disebut sebagai "communication". Konsep komunikasi ini mencakup upaya untuk menyamakan makna atau pesan antara dua pihak yang sedang berkomunikasi. Menurut Hovland yang dikutip oleh Effendy, komunikasi diartikan sebagai proses yang mengubah perilaku orang lain. Definisi lain dari Mulyana memperluas pemahaman komunikasi sebagai penyampaian pesan melalui media elektronik dalam definisi sempit, sementara dalam definisi luasnya, komunikasi merupakan interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih. Pendapat yang berbeda disampaikan oleh West & Turner, yang mengartikan komunikasi sebagai proses sosial di mana individu menggunakan simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Dari berbagai definisi tersebut, komunikasi dapat disimpulkan

sebagai proses pengiriman pesan atau informasi yang memiliki makna dan dapat mempengaruhi penerima pesan tersebut.

Machfoedz melengkapi pemahaman tentang komunikasi dengan menjelaskan elemen dan proses komunikasi yang terlibat. Elemen pesan terdiri dari pengirim pesan, penerima pesan, pesan itu sendiri, media yang digunakan, penerimaan pesan, penguraian pesan, respons, umpan balik, dan gangguan pesan. Dari sini, dapat dipahami bahwa seorang komunikator harus memperhatikan dengan siapa dia berkomunikasi, jenis pesan yang disampaikan, media yang digunakan, bagaimana pesan tersebut dapat diterima dan dipahami oleh penerima, respons yang diberikan oleh penerima pesan, serta umpan balik yang diterima dari pesan yang telah disampaikan. Hal ini menunjukkan pentingnya memahami seluruh proses komunikasi untuk mencapai komunikasi yang efektif dalam berbagai konteks komunikasi.

Menurut Lasswell dalam Effendy, komunikasi terdiri dari beberapa unsur yang penting, yaitu: a) Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan. Sumber darimana pesan ini dapat dikatakan, bisa jadi seorang individu, kelompok, organisasi, bahkan suatu negara; b) Pesan, adalah apa yang dikomunikasikan dari sumber kepada penerima. Pesan mempunyai tiga komponen yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi dari pesan; c) Saluran atau media, adalah alat atau media apa yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Dalam suatu peristiwa komunikasi sebenarnya banyak saluran yang dapat kita gunakan, meskipun ada yang satu yang dominan; d) Penerima pesan, sering juga disebut sebagai sasaran ataupun khalayak (audience), yakni orang yang menerima pesan dari komunikator; dan e) Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan dari komunikator tersebut. Dari beberapa paparan di atas, dapat dipahami bahwa komunikasi sangatlah penting dalam suatu hubungan, dalam komunikasi pun harus menyampaikan pesan dengan jelas sehingga si penerima pesan tersebut dapat mengerti dan memahami isi pesan yang disampaikan sehingga adanya efek atau yang biasa disebut feedback dari komunikasi tersebut.

Kemampuan berkomunikasi secara efektif memiliki dampak yang signifikan terhadap produktivitas dalam menjalankan usaha. Hal ini mengindikasikan pentingnya memahami dan menguasai komunikasi, negosiasi, dan teknik komunikasi yang efektif, terutama bagi mereka yang baru memulai karir sebagai pengusaha. Sebagai contoh, iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi bisnis yang dapat digunakan untuk menarik minat dan memperoleh pelanggan.

Dalam konteks bisnis, menjalin hubungan yang baik dengan mitra bisnis atau calon mitra bisnis menjadi kunci penting. Hubungan yang baik ini tidak hanya berdampak pada aspek

bisnis semata, tetapi juga membawa dampak psikologis yang positif dan memberikan kontribusi terhadap dampak sosial yang menguntungkan. Dengan membangun hubungan yang solid dan saling menguntungkan, bisnis dapat menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, meningkatkan kepercayaan, dan memperluas jaringan bisnis yang berpotensi untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penting bagi pemain bisnis pemula untuk memperhatikan dan mengembangkan kemampuan dalam hal komunikasi dan negosiasi agar dapat meraih kesuksesan yang lebih besar dalam dunia bisnis.

B. Negosiasi

Komunikasi dan negosiasi merupakan dua proses yang saling terkait dan penting dalam dunia bisnis. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan tercapainya kesepakatan bersama. Sementara itu, negosiasi merupakan kegiatan yang terencana untuk mencapai tujuan tertentu dengan mengorbankan sesuatu. Proses negosiasi tidak dapat terjadi tanpa adanya komunikasi, karena negosiasi sendiri merupakan bagian dari proses komunikasi yang melibatkan emosi, persepsi, dan strategi kata-kata.

Colquitt dalam bukunya "Organizational Behavior" menjelaskan bahwa negosiasi adalah proses di mana dua atau lebih individu yang saling tergantung membahas dan mencoba mencapai kesepakatan tentang preferensi yang berbeda. Begitu juga menurut Phil Baguley, negosiasi adalah proses mencapai kesepakatan yang dapat diterima oleh dua pihak tentang apa yang akan dilakukan di masa mendatang. Robbins juga menggambarkan negosiasi sebagai pertukaran barang atau jasa antara dua pihak atau lebih yang berupaya menyepakati nilai tukarnya. Selain itu, Stella Ting-Toomey menggambarkan bagaimana identitas seseorang dipengaruhi dan terbentuk melalui proses negosiasi dalam interaksi sosial, terutama dalam konteks berbagai budaya. Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa negosiasi merupakan proses tawar-menawar untuk mencapai kesepakatan yang diterima oleh kedua belah pihak, baik dalam hal transaksi bisnis maupun dalam interaksi sosial.

Negosiasi dapat diartikan sebagai proses komunikasi yang mendalam dan strategis, dimana pihak-pihak yang terlibat berusaha mencapai kesepakatan dan kesepakatan yang saling menguntungkan. Hal ini menekankan pentingnya memahami peran komunikasi yang efektif dalam proses negosiasi untuk mencapai tujuan bisnis dan hubungan yang baik dengan mitra bisnis atau pihak lainnya. Negosiasi bisnis adalah negosiasi yang ditujukan untuk menunjang proses keberhasilan bisnis. Negosiasi bisnis mengajarkan cara mencapai kemenangan di meja negosiasi di mana penjual dan pembeli merasa menang, keterampilan ini merupakan ciri negosiator yang cerdas. Negosiasi bisnis ini ditelaah pada aspek menawarkan

produk dan jasa oleh pengusaha yang banyak digunakan pada personal selling (penjualan pribadi), karena pada penjualan pribadi yang memerlukan banyak pengetahuan dan keterampilan negosiasi. (Hamdan et al., 2015)

Dalam melakukan negosiasi terdapat 6 tahapan yang penting yang harus dilakukan :

1. Persiapan meliputi :

- a. Mengumpulkan informasi
- b. Menentukan tim negosiasi
- c. Mengusahakan lebih banyak mengenal profil pihak lawan, tujuannya adalah menumbuhkan kepercayaan diri dan kesiapan dalam melakukan negosiasi.

2. Kontak pertama

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

3. Konfrontasi

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

4. Konsiliasi

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

5. Solusi

Tahap dimana kedua belah pihak mulai saling menerima dan memberi, atau dimana para negosiator mulai menemukan titik kesepakatan bagi kedua belah pihak dengan cara mereka masing-masing dengan mengembangkan sikap relasional yaitu sikap yang selalu berorientasi untuk menanggung bersama dan selalu menumbuhkan sikap saling member solusi terbaik bagi kedua belah pihak.

6. Pasca Negosiasi

Tahap ini adalah tahap terakhir dari negosiasi yaitu bentuk konsolidasi bagi kedua belah pihak, apakah masing-masing pihak benar-benar memiliki komitmen atas segala yang telah disepakati bersama. (Dama, 2013)

⁴ Hal terpenting dalam negosiasi bukannya untuk menang atau kalah, melainkan diusahakan agar kedua belah pihak sama-sama memperoleh kepuasan karena keinginan dan kebutuhannya sama-sama dipenuhi. Unsur-unsur negosiasi:

1. Unsur subjek, maksudnya ada lebih dari satu pihak yang berunding secara aktif dan sadar;
2. Unsur objek, yaitu adanya sesuatu yang menjadi sasaran pembicaraan;
3. Unsur tujuan, yaitu untuk mufakat atau persetujuan atau kepuasan kedua belah pihak;
4. Dapat terjadi karena ada konflik atau tanpa konflik. (Parmitasari, 2019)

²⁵ C. Komunikasi Efektif

²⁰ Komunikasi yang efektif memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis dengan mengatur arus kerja, memperbaiki hubungan bisnis, meningkatkan citra profesional, dan memberikan manfaat lainnya. Kemampuan berkomunikasi dengan baik dalam konteks bisnis sangat tergantung pada keterampilan seseorang dalam mengirim dan menerima pesan secara efektif. Dalam hal ini, penggunaan komunikasi tulisan seperti surat, email, dan laporan menjadi kunci untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan terstruktur, sedangkan kemampuan mendengarkan dan membaca juga menjadi penting dalam memahami pesan-pesan yang diterima. Dengan mengoptimalkan kemampuan tersebut, individu dapat membangun hubungan yang solid dengan mitra bisnis, ¹⁰ meningkatkan efisiensi kerja, serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif. (Tambingon et al., 2014)

³⁶ Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menentukan tujuan komunikasi yakni :

1. Komunikator menentukan tanggapan dan efek yang diharapkan dari komunikasi yang disampaikan.
2. Komunikator harus mengetahui dan memahami apakah khalayaknya/konsumen ada dalam tahap pembelian atau tidak. Tahap pembelian mulai dari awareness (kesadaran), pengetahuan, kesukaan, preferensi, keyakinan dan pembelian.
3. Komunikator harus bisa menggerakkan konsumen ke tahap pembelian.

⁸ Komunikasi yang efektif memainkan peran sentral dalam kesuksesan sebuah perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan. Kemampuan perusahaan dalam menyampaikan informasi dengan jelas, responsif, dan tepat waktu kepada berbagai pihak seperti pelanggan, mitra bisnis, karyawan, investor, dan masyarakat umum sangat menentukan dalam membangun citra positif dan kepercayaan. Dengan komunikasi yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan mereka, meningkatkan produktivitas dan efisiensi melalui koordinasi yang baik di antara berbagai departemen, serta menghindari atau menyelesaikan konflik dengan cara yang konstruktif. Selain itu, komunikasi yang transparan

dan terbuka juga membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang lebih baik dan mendapatkan dukungan yang lebih kuat dari berbagai pemangku kepentingan, sehingga memberikan manfaat besar secara keseluruhan bagi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis perusahaan. Keputusan dapat diambil sesuai target.

- a. Menyelesaikan masalah dengan cepat
- b. Mendeteksi cepat hal-hal yang berpotensi masalah
- c. Meningkatkan produktivitas bisnis
- d. Memperkuat hubungan bisnis
- e. Memudahkan persuasi pesan pemasaran.
- f. Memperbaiki *image* perusahaan dan karyawan
- g. Membangun loyalitas dan kepuasan kerja karyawan
- h. Meningkatkan kepercayaan investor (Rosalin et al., 2020)

Komunikasi efektif terkait erat dengan kemampuan yang dimiliki oleh komunikator dan komunikannya. Kemampuan sendiri dapat merujuk pada sifat yang sudah ada sejak lahir maupun kemampuan yang diperoleh melalui pembelajaran, yang memungkinkan seseorang untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaannya, baik dalam hal mental maupun fisik. Aspek-aspek yang sangat penting dalam kemampuan komunikasi yang efektif terdiri dari kemampuan komunikator, kemampuan komunikan, dan media yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan suatu pesan. (Wisman, 2017)

Dalam upaya mengembangkan komunikasi yang efektif, penting untuk melakukan evaluasi terhadap keberhasilan penyampaian informasi kepada penerima informasi dengan mengumpulkan umpan balik. Pengumpulan umpan balik ini dapat dilakukan melalui peluncuran riset pasar atau riset konsumen. Kedua jenis riset ini membantu pemasar untuk secara tepat mengetahui identitas konsumen mereka, yang mana dapat menjadi kontribusi penting dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif di masa depan. (Isma & Utami, 2017)

KESIMPULAN

Komunikasi adalah proses yang memengaruhi perilaku orang lain dan dapat didefinisikan sebagai interaksi antara dua orang melalui media elektronik. Komunikasi adalah proses sosial di mana individu menggunakan simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna di lingkungan mereka. Komunikasi sangat penting untuk komunikasi yang efektif dalam berbagai konteks. Dalam bisnis, komunikasi dan negosiasi adalah dua proses yang krusial dan penting. Komunikasi adalah proses penyampaian informasi kepada komunikator, sedangkan

negosiasi adalah aktivitas bisnis yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan komunikasi. Kedua proses tersebut melibatkan emosi, persepsi, dan strategi. "Perilaku Organisasi" Colquitt menjelaskan bahwa negosiasi adalah proses di mana dua orang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Kesimpulannya, komunikasi dan negosiasi sangat penting untuk keberhasilan dalam bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2022). Peran komunikasi bisnis dalam membantu perkembangan UMKM. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 3(1), 100–108. <https://doi.org/10.53695/js.v3i1.700>
- Dama, H. (2013). Efektivitas komunikasi dan negosiasi dalam bisnis. Gorontalo: UNG Repository.
- Hamdan, Y., Ratnasari, A., & Hirzi, A. T. (2015). Kemampuan negosiasi pengusaha dalam meningkatkan kesepakatan bisnis. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 31(1), 21–30.
- Isma, F., & Utami, D. (2017). Efektivitas komunikasi negosiasi dalam bisnis. *Komunike*, 9(2), 105–122.
- Parmitasari, I. (2019). Peran penting negosiasi dalam suatu kontrak. *Jurnal Literasi Hukum*, 3(2), 50–62.
- Rosalin, S., Natalia, D. C., & Ambulani, N. (2020). *Komunikasi bisnis: Pendekatan praktis*. Universitas Brawijaya Press.
- Tambingon, J., Tewal, B., & Tumade, P. (2014). Pengaruh kepemimpinan transformasional, efektivitas komunikasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan pada wilayah V PT. Pegadaian (Persero) Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4).
- Wisman, Y. (2017). Komunikasi efektif dalam dunia pendidikan. *Jurnal Nomosleca*, 3(2).

Peran Teknik Negosiasi dan Komunikasi Dalam Menjalankan Bisnis

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia Student Paper	1%
2	Submitted to University of Mary Student Paper	1%
3	proceeding.unisba.ac.id Internet Source	1%
4	journal.uii.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Edith Cowan University Student Paper	1%
6	septianirissa.blogspot.com Internet Source	1%
7	www.wartanusantara.id Internet Source	1%
8	ocs.unud.ac.id Internet Source	1%

9	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1 %
10	bkpsdmd.babelprov.go.id Internet Source	1 %
11	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1 %
12	journal.unika.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.penerbiteureka.com Internet Source	1 %
14	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1 %
15	repository.usu.ac.id Internet Source	1 %
16	reviewnesia.com Internet Source	1 %
17	www.esaunggul.ac.id Internet Source	1 %
18	Submitted to Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta Student Paper	<1 %
19	Submitted to Surabaya University Student Paper	<1 %

20	blogkukuliahku.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
21	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
22	sumberbelajarvocstenmlg.wordpress.com Internet Source	<1 %
23	Muhammad Husnul Labib, Bambang Tri Harsanto, Hikmah Nuraini. Public Policy and Management Inquiry, 2023 Publication	<1 %
24	www.infona.pl Internet Source	<1 %
25	www.motorcomcom.com Internet Source	<1 %
26	darmansaja.wordpress.com Internet Source	<1 %
27	digilib.unimus.ac.id Internet Source	<1 %
28	geograf.id Internet Source	<1 %
29	issuu.com Internet Source	<1 %
30	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %

31 www.hashmicro.com <1 %
Internet Source

32 www.programipos.co.id <1 %
Internet Source

33 1library.net <1 %
Internet Source

34 Sindy Suropto, Naba Rubi Fabirah, A. Wilda Indra Nanna, Mety Toding Bua. "SCIENCE, TECHNOLOGY, ENGINEERING, AND MATHEMATICS (STEM) IN EXPLORING STUDENTS' CRITICAL THINKING SKILLS", AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika, 2023 <1 %
Publication

35 Wildan Gilang Komara, Cecep Safa'atul Barkah, Pratami Wulan Tresna, Nurillah Jamil Achmawati Novel. Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB), 2023 <1 %
Publication

36 conimarsha.wordpress.com <1 %
Internet Source

37 digilib.uin-suka.ac.id <1 %
Internet Source

38 dwirestiyani13.blogspot.com <1 %
Internet Source

journal.ipb.ac.id

39

Internet Source

<1 %

40

journal.unj.ac.id

Internet Source

<1 %

41

yudhistirasugito.blogspot.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On