

# NEGOSIASI BISNIS

MINGGU-7:  
KOMUNIKASI

# AGENDA

---

Communication  
game

• 70 minutes

Discussion

• 30 minutes

Communication

• 50 minutes

# COMMUNICATION GAME

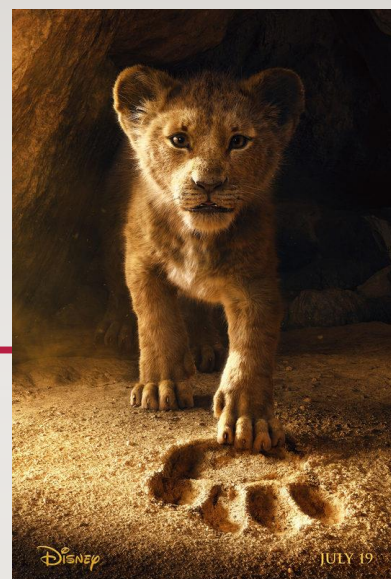
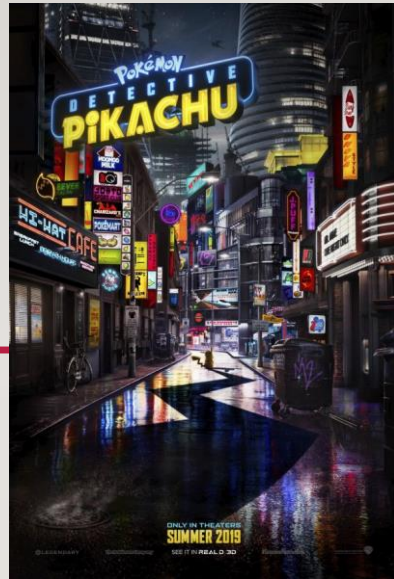
---



# INSTRUCTION

---

- Bekerja dengan kelompok anda masing-masing!
- Tiap kelompok akan mendapatkan potongan-potongan puzzle secara acak. Jumlah puzzle ada 12 gambar @ 12 kepingan puzzle (sesuai dengan jumlah kelompok yang sudah mengumpulkan tugas)
- Masing-masing kelompok harus berkomunikasi dan bernegosiasi dengan kelompok lain untuk barter kepingan puzzle yang dimiliki.
- Semakin lengkap puzzle yang kelompok anda kumpulkan semakin tinggi nilai yang anda peroleh.



# DISCUSSION

---



# DISCUSSION

---

- Bagaimana permainannya?
- Apa kesulitan yang dihadapi ketika bernegosiasi?

# COMMUNICATIONS

---





# TOPIK BAHASAN

---

Model Dasar Komunikasi

Apa yang Dikomunikasikan Selama Negosiasi

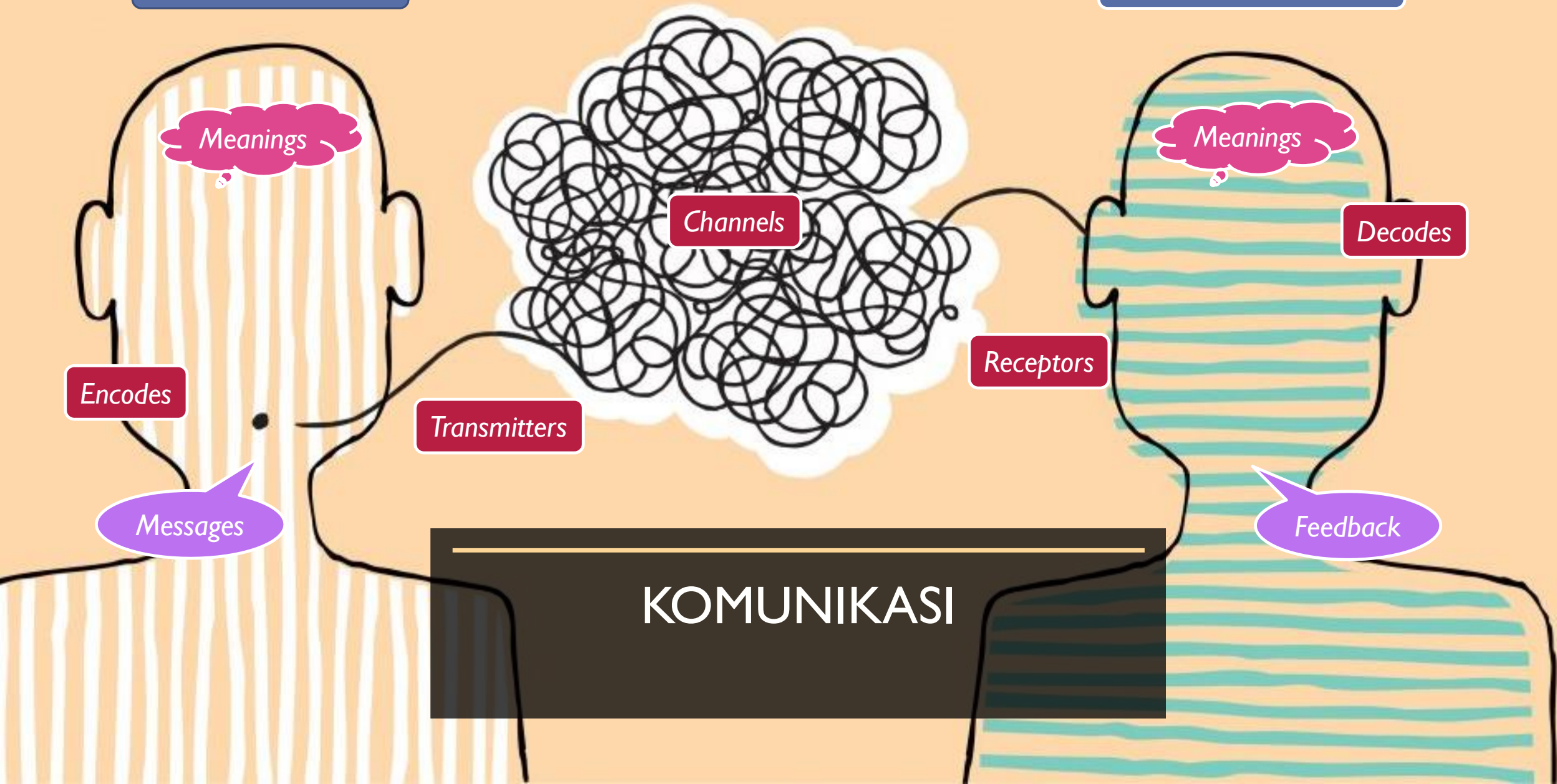
Bagaimana Orang-orang Berkomunikasi Dalam Negosiasi

Bagaimana Cara Meningkatkan Komunikasi Dalam Negosiasi.

Pertimbangan Komunikasi Khusus ketika menutup Negosiasi.

Pengirim (Sender)

Penerima (Receiver)



Meanings

Channels

Meanings

Decodes

Encodes

Receptors

Transmitters

Messages

Feedback

KOMUNIKASI

Pengirim (Sender)

Penerima (Receiver)



# APA YANG DIKOMUNIKASIKAN SELAMA NEGOSIASI

---

1 Penawaran, penawaran balik dan motif

2 Informasi mengenai alternatif

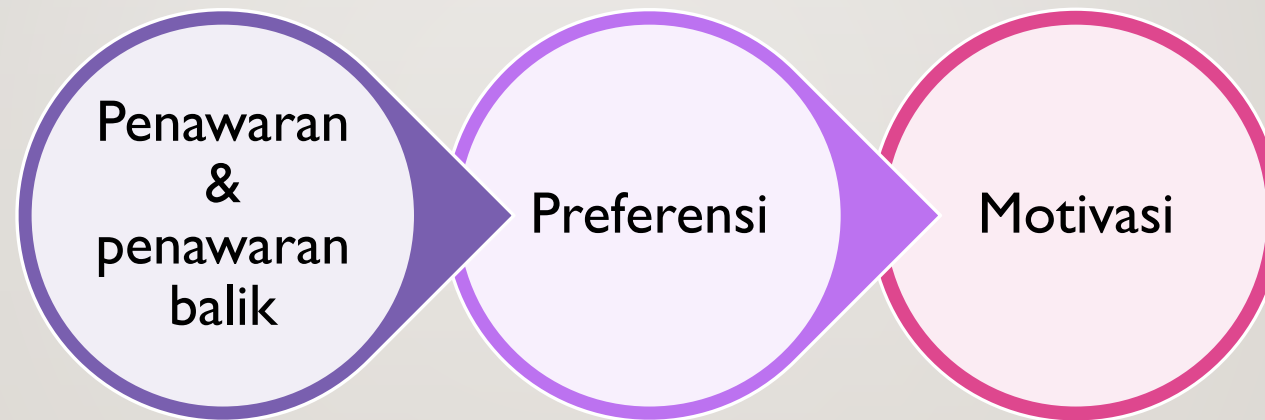
3 Informasi mengenai hasil akhir

4 “*Social accounts*”

5 Komunikasi mengenai proses

# PENAWARAN, PENAWARAN BALIK DAN MOTIF

---



# PENAWARAN, PENAWARAN BALIK DAN MOTIF

---

## Asumsi kerangka komunikasi dalam negosiasi

Komunikasi penawaran itu proses yang dinamis

Proses penawaran itu interaktif

Berbagai faktor internal dan eksternal menentukan bagaimana interaksi dan memotivasi negosiator untuk merubah penawarannya

# INFORMASI MENGENAI ALTERNATIF

---

- Negosiator yang memiliki BATNA yang menarik harus menyampaikannya pada pihak lawan jika mereka mengharapkan keuntungan yang maksimal
- Penyampaian BATNA secara langsung pada pihak lawan dapat dianggap sebagai agresif dan mengancam

# INFORMASI MENGENAI HASIL AKHIR

---

- Seorang negosiator harus berhati-hati dalam membagi informasi mengenai hasil akhir yang didapatkannya kepada pihak lawan. Bahkan reaksi positif mengenai hasil tersebut sekalipun. Terutama jika mereka akan bernegosiasi kembali di masa depan.



# “SOCIAL ACCOUNTS”

---

## Tiga jenis penjelasan yang penting dalam negosiasi

- Penjelasan mengenai situasi kenapa negosiator mengambil posisi tertentu
- Penjelasan mengenai posisi negosiator dari sudut pandang yang lebih luas, dimana walaupun posisi yang diambil mungkin terlihat negatif, namun motifnya positif
- Penjelasan yang membingkai ulang konteks sehingga hasil akhir dapat dijelaskan (misal: *short-term pain for long-term gain*)

# KOMUNIKASI MENGENAI PROSES

---

- Bagaimana jalannya proses negosiasi dan prosedur apa yang dapat digunakan untuk meningkatkan situasi. Biasanya dilakukan untuk menghentikan konflik yang terjadi dalam negosiasi.



# BAGAIMANA ORANG-ORANG BERKOMUNIKASI DALAM NEGOSIASI

---

Penggunaan Bahasa

Penggunaan komunikasi non-verbal

Pemilihan saluran komunikasi

# PENGGUNAAN BAHASA

Dalam negosiasi Bahasa bekerja dalam dua level

## Level logis

- Penawaran

## Level pragmatis

- Semantik, sintaksis, dan gaya

# PENGGUNAAN BAHASA

---

Lima dimensi linguistik yang digunakan ketika membuat ancaman

Penggunaan bahasa yang terpolarisasi

Pernyataan kesegeraan secara verbal

Intensitas bahasa

Variasi kosa kata

Penggunaan gaya bahasa tinggi

# PENGGUNAAN KOMUNIKASI NON-VERBAL

---

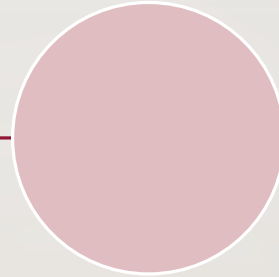
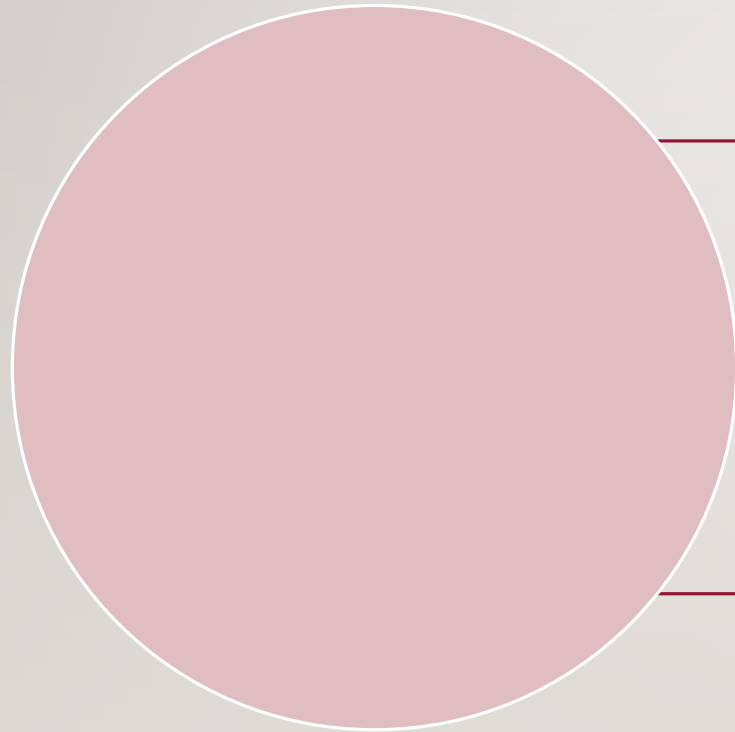
Buat kontak  
mata

Sesuaikan  
posisi badan

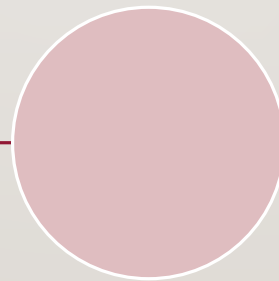
Dorong atau  
halangi  
pernyataan  
lawan secara  
non-verbal

# PEMILIHAN SALURAN KOMUNIKASI

---



**Langsung  
(Face-to-face)**



**Media  
komunikasi**

# PEMILIHAN SALURAN KOMUNIKASI

---

## Media Komunikasi

- Telepon
- Tulisan
- Elektronik/virtual (email, messenger, teleconference)



# PEMILIHAN SALURAN KOMUNIKASI

---

## Temporal synchrony bias

- Negosiator seakan-akan berada dalam situasi yang sinkron, padahal tidak

## Burned bridge bias

- Negosiator cenderung mau mengambil resiko ketika bernegosiasi dengan menggunakan email

Bias dalam menggunakan email

## Squeaky wheels bias

- Kecenderungan negosiator untuk menggunakan emosi negatif untuk mencapai tujuannya

## Sinister attribution bias

- Mengasumsikan bahwa sikap orang lain disebabkan oleh personality, bukan situasi

# BAGAIMANA MENINGKATKAN KOMUNIKADI DALAM NEGOSIASI

---



# MENGGUNAKAN PERTANYAAN

---

Menanyakan pertanyaan yang baik dan tepat dapat mendatangkan informasi mengenai posisi pihak lawan, argument pendukung dan kebutuhannya.

# MENDENGARKAN

---

Tiga bentuk  
mendengarkan

- **Passive listening:** hanya menerima informasi tanpa memberikan feedback apapun
- **Acknowledgement:** mendengarkan dan memberikan feedback atas apa yang didengarkan
- **Active listening:** mendengarkan dan mengulangi kembali apa yang diucapkan lawan dengan menggunakan bahasa sendiri

# BERTUKAR PERAN

---

**Hal ini dilakukan dengan bertanya apa yang akan anda lakukan jika anda berada di posisi pihak lawan**

Fungsinya:

- Efektif dalam merubah kognitif dan sikap
- Jika posisi masing-masing pihak kompatibel, maka akan memberikan hasil yang dapat diterima kedua belah pihak. Namun, jika posisi tidak kompatibel akan mempertajam persepsi ketidak kompatibel-an dan menghasilkan perubahan sikap yang positif
- Secara umum tidak efektif dalam memaksakan kesepakatan antar pihak

# PERTIMBANGAN KOMUNIKASI KHUSUS KETIKA MENUTUP NEGOSIASI

---

## Hindari kesalahan fatal

- “Tetap mengawasi apa yang anda harapkan akan terjadi, secara sistematis menjaga diri dari ekspektasi yang *self-serving* dan pastikan anda mereview feedback yang anda terima sebelumnya, ketika situasi yang sama datang kembali”

## Mencapai kesepakatan

- “Tahu kapan untuk diam”

**THANK YOU**

---

