

NEGOSIASI BISNIS

PENGARUH



AGENDA

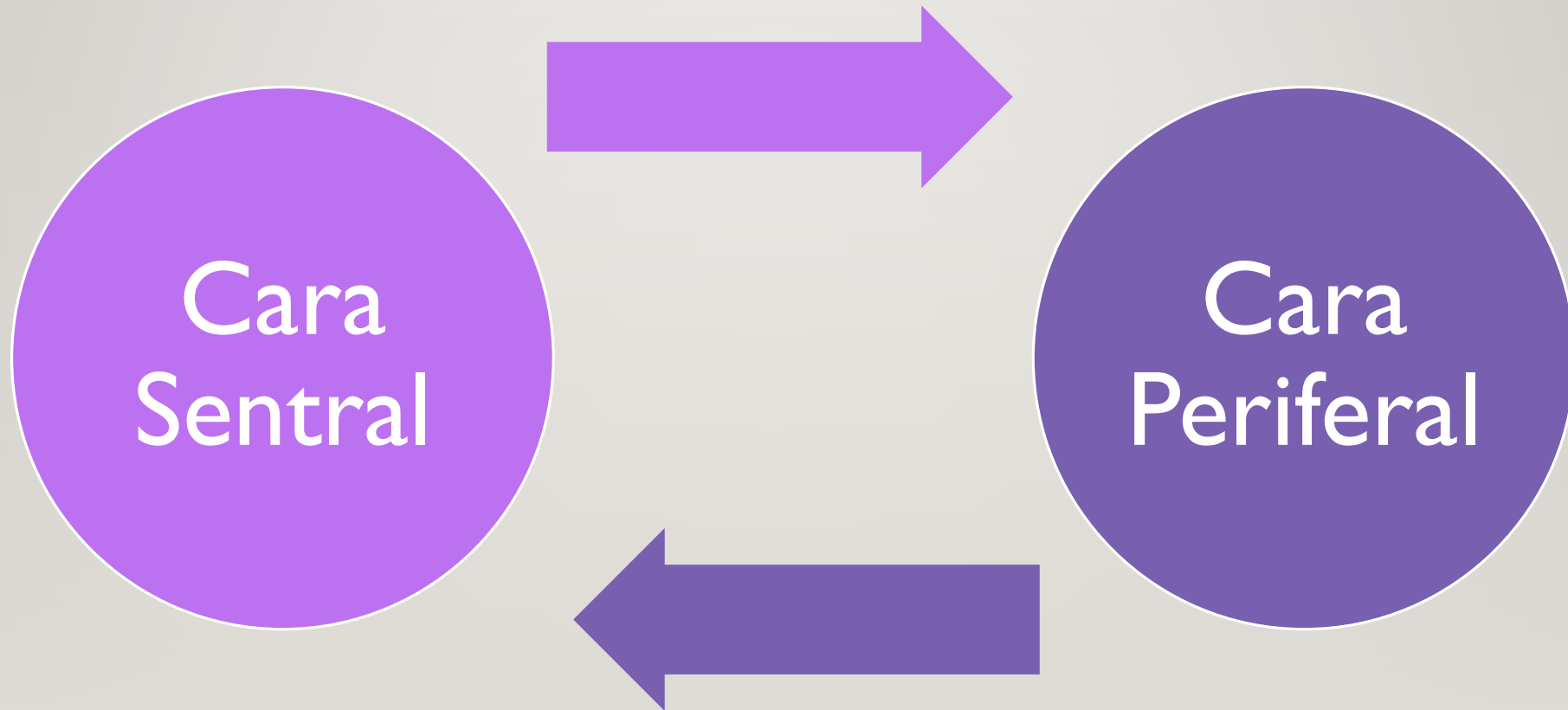


APA YANG DISEBUT PENGARUH ?

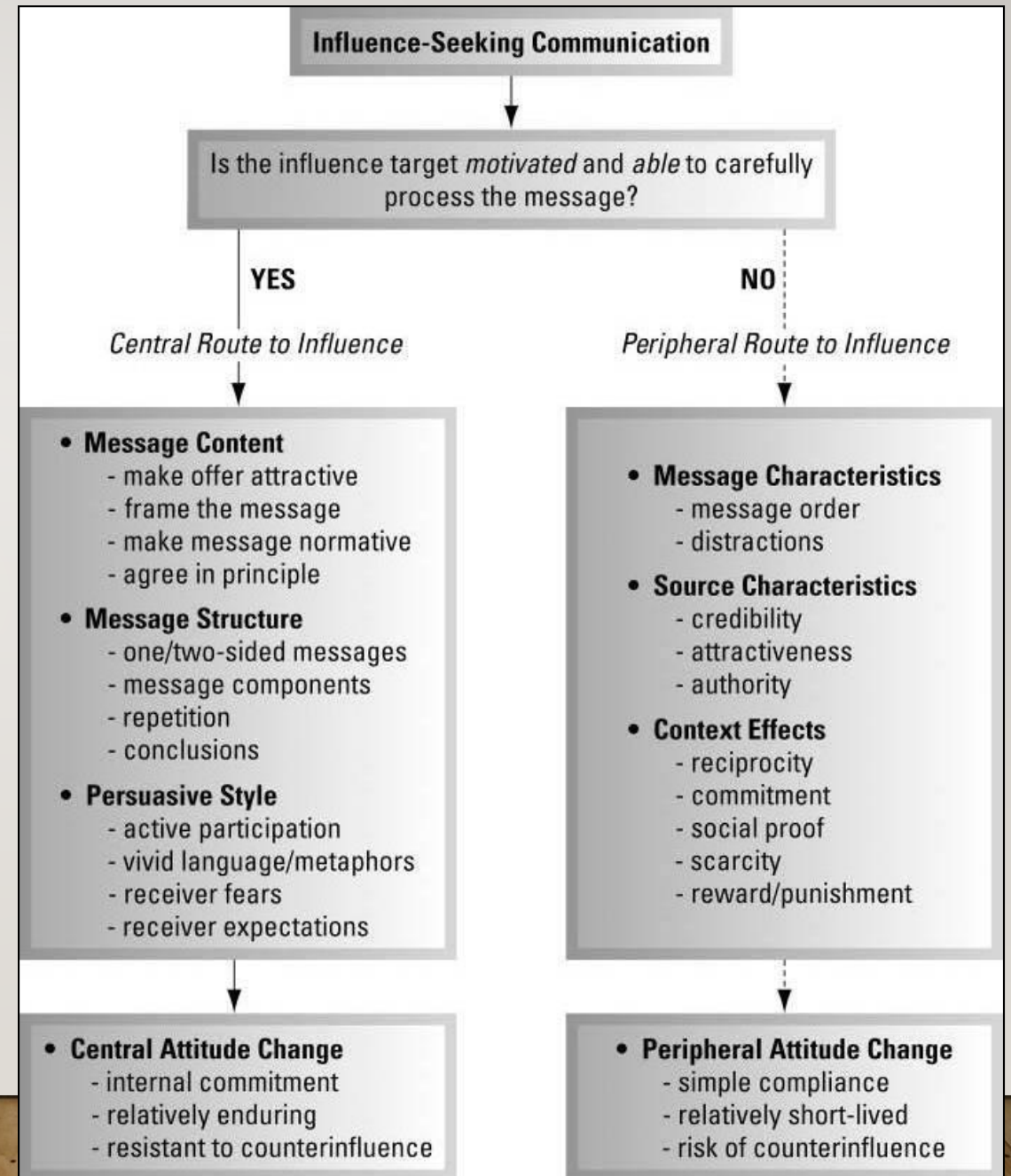
Strategi dan pesan yang disampaikan oleh individu untuk mendapatkan perubahan sikap atau perilaku yang diinginkan.

Merupakan taktik yang dirancang untuk menyesuaikan dengan posisi, persepsi, dan opini pihak lain.

DUA CARA UNTUK MEMPENGARUHI SIKAP DAN PERILAKU ORANG LAIN



DUA CARA UNTUK MEMPENGARUHI SIKAP DAN PERILAKU ORANG LAIN



CARA SENTRAL (CENTRAL ROUTE)

Isi Pesan

- fakta dan topik yang akan disampaikan

Struktur Pesan

- bagaimana topik dan fakta diatur dan disusun

Gaya penyampaian pesan

- bagaimana pesan tersebut disampaikan

ISI PESAN

Buat penawaran yang menarik untuk pihak lawan

Bingkai pesan yang disampaikan sedemikian rupa sehingga pihak lawan setuju

Buat pesan yang disampaikan normatif

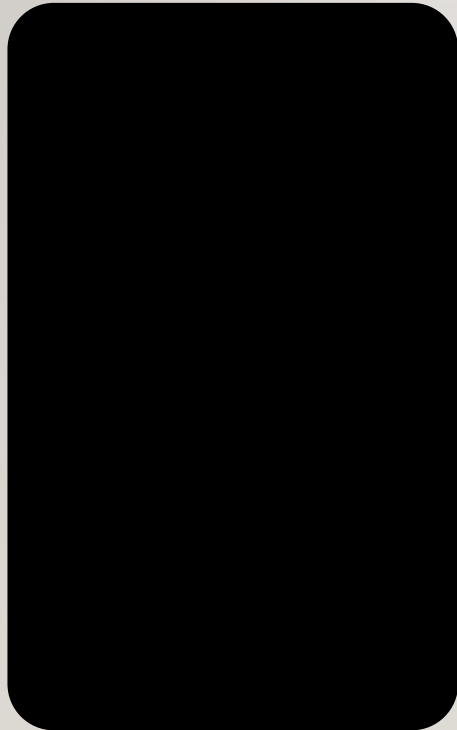
Tawarkan “Agreement in Principle”

ISI PESAN

Buat penawaran yang menarik untuk pihak lawan

Semakin baik pemahaman negosiator mengenai kebutuhan dan kekhawatiran pihak lawan, semakin baik pula kemampuannya dalam mengantisipasi keberatan pihak lawan dan menyusun penawaran untuk menentang keberatan tersebut

ISI PESAN



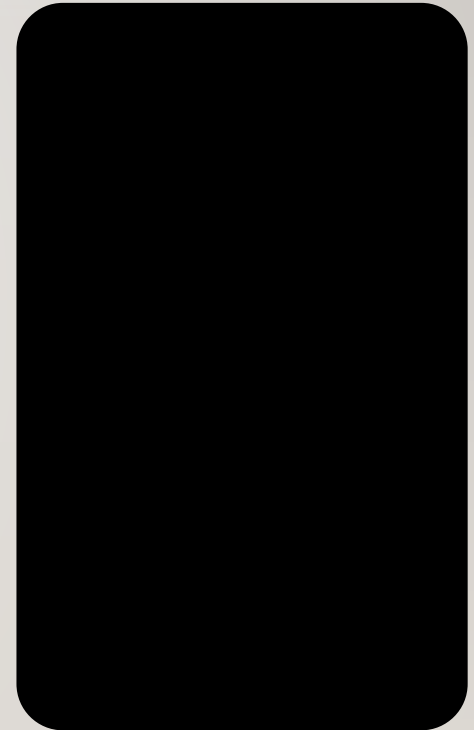
Bingkai pesan yang disampaikan sedemikian rupa sehingga pihak lawan setuju

Temukan satu hal yang disetujui pihak lawan. Negosiator yang dapat menemukan hal yang disetujui oleh pihak lawan selangkah lebih maju untuk memenangkan kesepakatan.

ISI PESAN

Sebuah argumen yang kuat dalam negosiasi adalah argumen yang menunjukkan jika pihak lawan mengikuti penawaran anda, maka ia bertindak sesuai nilai moral dan etika umum

Buat pesan yang disampaikan normatif



ISI PESAN

Pada situasi negosiasi yang sulit dan kompleks, usahakan untuk paling tidak menyetujui prinsip-prinsip umum (*general principle*)

Tawarkan
“Agreement
in Principle”

STRUKTUR PESAN

Pesan
dengan
satu sisi
dan dua sisi

Komponen
pesan

Repetisi

Kesimpulan

STRUKTUR PESAN

Pesan
dengan
satu sisi
dan dua sisi

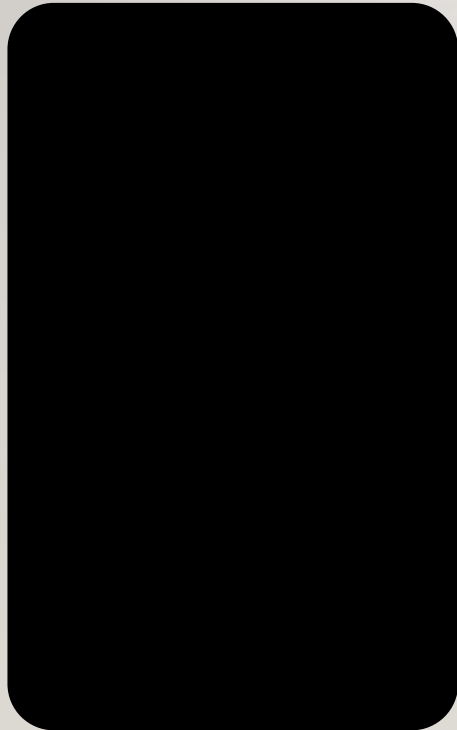
- **Pesan satu sisi:** mempengaruhi pihak lawan dengan mengabaikan argumen dan pendapat yang mungkin mendukung posisi pihak lawan
- **Pesan dua sisi:** menyebutkan dan mendeskripsikan sudut pandang pihak lawan, kemudian menunjukkan kenapa dan bagaimana hal tersebut kurang diinginkan dibanding sudut pandang negosiator sendiri

STRUKTUR PESAN

Pesan
dengan
satu sisi
dan dua sisi

- Pesan dua sisi cenderung lebih efektif dibanding pesan satu sisi, terutama pada kondisi:
 - Pihak lawan memiliki latar pendidikan baik
 - Pihak lawan awalnya tidak setuju dengan posisi yang ditawarkan
 - Pihak lawan akan bertemu dengan orang yang memiliki sudut pandang berbeda dari sudut pandang yang ditawarkan
 - Isu yang didiskusikan sudah akrab

STRUKTUR PESAN



Komponen
pesan

Negosiator dapat membantu pihak lawan untuk memahami dan menerima argumennya dengan memecahnya menjadi argumen yang lebih kecil dan mudah dimengerti

STRUKTUR PESAN



Komponen
pesan

Memecah argumen yang kompleks juga membuka kemungkinan untuk melakukan *logroll*, *bundle* dan *trade-off*

STRUKTUR PESAN

Pengulangan atau repetisi juga akan memperkuat pemrosesan cara sentral dan memperkuat kemungkinan pesan yang akan disampaikan dapat dimengerti

Repetisi



STRUKTUR PESAN

Negosiator dapat membuat argumen kemudian menyampaikan kesimpulannya pada pihak w; atau juga dapat membiarkan pihak lawan

Kesimpulan

GAYA PERSUASIF

Dorong
partisipasi
aktif

Gunakan
bahasa dan
metafora
yang jelas
dan
bersemangat

Nyalakan
rasa takut

Rusak
ekspektasi
penerima

CARA PERIPHERAL (PERIPHERAL ROUTE)



ASPEK PESAN

Susunan
pesan

Format

Distraksi

KARAKTERISTIK SUMBER

Kredibilitas
sumber

Daya tarik
personal

Otoritas

KREDIBILITAS SUMBER

Reputasi pribadi tentang integritas

Kesan pertama

Minat untuk mempengaruhi

Penggunaan atau pengurangan perbedaan status

Penampilan diri

Asosiasi

Persepsi kepakaran

Ketekunan dan keuletan



DAYA TARIK SUMBER

Friendliness

Ingratiation

Likability

*Helping the
other party*

*Perceived
Similarity*

Emotion

ASPEK KONTEKS

