

## Analisis Kepribadian dan Gaya Komunikasi Dalam Negosiasi Bisnis

Fina Abiyya Agustin Mubarakah<sup>1</sup>, Hawa Arofah Qudsy<sup>2</sup>, Zalfa Putri Salsabila<sup>3</sup>

Maura Azzakiah Basya<sup>4</sup>, Lilik Sumarni<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Universitas Muhammadiyah Jakarta

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

Email: [finabiyy@gmail.com](mailto:finabiyy@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [hawaarofah61@gmail.com](mailto:hawaarofah61@gmail.com)<sup>2</sup>, [zalfa.trsa@gmail.com](mailto:zalfa.trsa@gmail.com)<sup>3</sup>, [mauraszy@gmail.com](mailto:mauraszy@gmail.com)<sup>4</sup>, [liliksumarni@umj.ac.id](mailto:liliksumarni@umj.ac.id)<sup>5</sup>

**Abstract.** *This research aims to analyze personality and communication styles in business negotiations. By examining various personality types such as extraverted, introverted, agreeable, conscientious, and neurotic, this study explores how personality characteristics influence communication strategies in the negotiation process. Through surveys and in-depth qualitative analysis of business professionals, the research found that individuals with extraverted personalities tend to be more proactive in taking initiative, whereas introverts are more inclined to deliberate carefully before acting. The communication styles employed also vary based on individual personalities. This research indicates that a deeper understanding of the role of personality in business communication can enhance negotiation effectiveness and improve final outcomes. The practical implications of these findings underscore the importance of adapting communication strategies based on the personality characteristics of negotiation participants to achieve success in dynamic and complex business environments.*

**Keywords:** *Personality, Communication Style, Business Negotiations*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepribadian dan gaya komunikasi dalam negosiasi bisnis. Dengan menganalisis berbagai tipe kepribadian seperti ekstrovert, introvert, agreeable, conscientious, dan neurotic, studi ini mengeksplorasi bagaimana karakteristik kepribadian mempengaruhi strategi komunikasi dalam proses negosiasi. Melalui metode survei dan analisis kualitatif mendalam terhadap profesional bisnis, penelitian ini menemukan bahwa individu dengan kepribadian ekstrovert cenderung lebih aktif dalam mengambil inisiatif, sementara introvert lebih cenderung mempertimbangkan dengan hati-hati sebelum bertindak. Gaya komunikasi yang digunakan juga bervariasi berdasarkan kepribadian individu. Penelitian ini mengindikasikan bahwa pemahaman yang lebih dalam tentang peran kepribadian dalam komunikasi bisnis dapat meningkatkan efektivitas negosiasi dan memperbaiki hasil akhir. Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya adaptasi strategi komunikasi berdasarkan karakteristik kepribadian peserta negosiasi untuk mencapai kesuksesan dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompleks.

**Kata Kunci:** Kepribadian, Gaya Komunikasi, Negosiasi Bisnis

### LATAR BELAKANG

Dalam kehidupan manusia, sejak lahir hingga akhir kehidupan kita, pastinya kita melakukan negosiasi dengan orang-orang di sekitar, baik dengan orang tua, atasan, bawahan, teman, bahkan musuh kita sendiri. Negosiasi ini bisa terjadi di mana saja, baik di rumah, di tempat kerja maupun di jalan. Dalam dunia bisnis, proses negosiasi sangat diperlukan bagi organisasi untuk mencapai keberhasilan suatu organisasi. Negosiasi melibatkan interaksi antara pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam suatu organisasi.

Komunikasi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam negosiasi. Hasil penelitian seorang ahli komunikasi menyimpulkan bahwa sekitar 75-90% waktu kerja digunakan oleh para pemimpin atau manajer untuk berkomunikasi. Jika dua orang atau lebih bekerja sama,

maka harus ada komunikasi diantara mereka. Semakin baik komunikasi, semakin tinggi peluang kerjasama. Komunikasi yang efektif memerlukan rasa saling menghormati, kepercayaan, keterbukaan dan tanggung jawab. Manajer menyampaikan seluruh fungsi manajemen dan tugas manajemen melalui saluran komunikasi. Pemimpin atau manajer melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian, serta berkomunikasi dengan bawahannya.

Dalam lingkungan bisnis juga terdapat proses perundingan, termasuk proses transaksi bisnis untuk menjalin kerjasama dengan calon mitra bisnis. Negosiasi diperlukan dalam kehidupan manusia karena sifatnya yang berkaitan dengan falsafah hidup manusia, dimana setiap orang mempunyai sifat dasar untuk melindungi kepentingannya sendiri, di satu sisi orang lain juga mempunyai kepentingannya masing-masing. Padahal, kedua belah pihak mempunyai tujuan yang sama, yaitu memuaskan kepentingan dan kebutuhannya. Jika terjadi konflik kepentingan mengenai suatu hal, maka akan timbul perselisihan. Ada banyak cara berbeda untuk menyelesaikan perselisihan, termasuk negosiasi.

Kita mendapatkan apa yang kita inginkan melalui negosiasi. Misalnya di kantor kita bernegosiasi dalam rapat dewan, rapat staf, bahkan menentukan tempat makan siang kita harus bernegosiasi dengan rekan kerja, bahkan ketika kita kuliah kita harus bernegosiasi akan bernegosiasi dengan diri sendiri tentang pakaian yang akan saya kenakan. membawa. Jadi, pada dasarnya kita semua adalah negosiator. Beberapa dari kita berhasil dengan baik, sementara yang lain tidak pernah memenangkan negosiasi. Ada di antara kita yang hanya sekedar pengikut atau pengikut dan selalu memperhatikan kesejahteraan orang lain.

Negosiasi digunakan untuk mempertemukan dua kepentingan yang berbeda, misalnya antara produsen dan konsumen. Oleh karena itu, untuk mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak diperlukan perundingan. Pada saat yang sama, orang yang memimpin negosiasi sering disebut negosiator. Masa depan bisnis yang dibangun bertahun-tahun bisa dengan mudah hancur hanya karena kegagalan bernegosiasi dengan pihak lain dan tentunya ini dapat merugikan stakeholders.

## **KAJIAN TEORITIS**

Lobi dan negosiasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita, disadari atau tidak. Istilah lobi awalnya mengacu pada area sebelum memasuki ruang utama, namun bisa juga merujuk pada area hotel atau tempat berkumpul lainnya yang nyaman dan tenang. Menurut Kamus Oxford, negosiasi diartikan sebagai: "Untuk berbicara dengan orang lain dengan tujuan mencapai, menyetujui, atau membuat usulan kompromi atau kesepakatan." Adapun menurut

Pramono (1997), lobi adalah tekanan organisasi yang menggunakan berbagai teknik untuk membujuk orang agar membentuk hubungan yang menguntungkan.

Istilah lain seperti negosiasi, negosiasi, dan lain-lain juga sering digunakan dalam proses ini. Bernegosiasi, menengahi, dan bertukar pikiran. Meskipun melibatkan konflik, lobi dan negosiasi sebenarnya merupakan cara paling efektif untuk mengatasi dan menyelesaikan konflik dan perbedaan kepentingan. Dengan mengembangkan keterampilan lobi dan negosiasi, pihak-pihak yang bersengketa bisa mendapatkan apa yang mereka perlukan tanpa harus melakukan tindakan ekstrem seperti perang, pemaksaan, dan perampasan kekuasaan.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode Kualitatif dengan teknik analisis, yaitu mengumpulkan data dan informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber untuk menganalisis peran lobi dan negosiasi dalam membangun komunikasi bisnis. Penelitian Kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau obyek penelitian melalui sikap, persepsi individu atau kelompok. Analisis merupakan proses kegiatan memfokuskan, pengabstraksian dan mengorganisasikan data secara sistematis dan logis untuk mendapatkan jawaban yang memadai terhadap permasalahan (Suryana, 2015).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kepribadian**

Kepribadian memiliki dampak signifikan terhadap gaya komunikasi yang digunakan dalam negosiasi bisnis. Ekstrovert yang lebih dominan dalam komunikasi cenderung mencapai hasil yang lebih cepat tetapi tidak selalu lebih baik dalam jangka panjang karena mungkin mengabaikan detail penting yang dipertimbangkan oleh introvert. Sebaliknya, introvert, meskipun lebih lambat dalam proses negosiasi, sering kali mencapai kesepakatan yang lebih solid dan tahan lama karena mereka mempertimbangkan semua aspek dengan cermat.

### **Gaya Komunikasi**

Gaya komunikasi yang berorientasi pada data (conscientious) sering kali lebih efektif dalam negosiasi yang kompleks dan berisiko tinggi, karena memberikan keyakinan tambahan melalui bukti yang kuat. Namun, dalam situasi di mana hubungan interpersonal sangat penting, gaya komunikasi yang kooperatif (agreeable) lebih disukai karena membantu membangun kepercayaan dan kolaborasi yang berkelanjutan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak ada satu gaya komunikasi atau tipe kepribadian yang superior dalam semua situasi. Keberhasilan dalam negosiasi bisnis sering kali

tergantung pada kemampuan individu untuk menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan konteks spesifik dan kebutuhan pihak lain.

### **Negosiasi**

Negosiasi berasal dari kata *Negotianus* Kegiatan tawar-menawar yang dilakukan untuk mencapai kesepakatan yang diinginkan pihak tertentu. Tujuan dari negosiasi adalah untuk menemukan titik temu dan mencapai kesepakatan yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Menurut Delvia & Genapang, 2021, Negosiasi menjadi titik temu antara pihak-pihak yang berada dalam konflik untuk menghindari kerugian antara pihak-pihak tersebut.

### **Negosiasi Bisnis**

Kamus Cambridge Advanced Learner menyatakan bahwa negosiasi adalah proses mendiskusikan sesuatu dengan seseorang dan mencapai kesepakatan. Negosiasi dapat diartikan sebagai suatu proses dimana para mitra diajak atau diajak bekerja sama dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan yang ada.

Negosiasi merupakan suatu bentuk interaksi sosial yang menggunakan metode diskusi formal untuk mencapai kesepakatan. Kesalahpahaman juga dapat terjadi pada saat proses interaksi dan komunikasi sehingga sulit mencapai kesepakatan yang menguntungkan berbagai pihak (Pratama et al, 2015). Menurut Ulinuha (2013), negosiasi bisnis adalah serangkaian komunikasi terencana di mana dua orang atau lebih dengan tujuan dan kepentingan berbeda berkomunikasi satu sama lain dan mengambil keputusan mengenai segala hal dengan tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan taraf hidup mereka sebuah proses. Mencapai hasil yang bermanfaat bagi pemangku kepentingan.

Strategi yang dapat membantu dalam negosiasi bisnis yaitu :

- a. penyusunan posisi awal : tentukan batas atas dan bawah yang realistis dan menguntungkan.
- b. memahami prioritas : Memahami dengan jelas apa yang paling penting antara kedua pihak.
- c. listening dan empati : mendengarkan secara teliti apa yang dikatakan pihak lain dan pahami dari sudut pandang serta kepentingan mereka.
- d. Kreativitas dalam solusi : menemukan solusi efektif yang dapat memenuhi kepentingan kedua pihak.
- e. Kesabaran dan fleksibilitas : Tetap teguh pantang mundur dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai.

## **Komunikasi Bisnis**

Komunikasi merupakan proses penyampaian dan penerimaan pesan yang dilakukan oleh dua orang, baik dengan menggunakan tulisan, lisan maupun non verbal seperti simbol, perilaku atau tindakan dengan tujuan memberikan pengaruh dan mendapatkan timbal balik.

Menurut Purwanto (2006:4), Komunikasi Bisnis merupakan komunikasi yang digunakan untuk kepentingan bisnis, bisa dalam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal atau non verbal untuk mencapai tujuan antara pihak yang terlibat. Dalam dunia bisnis, seorang komunikator harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan mampu mengkomunikasikan pesan dengan efektif dan efisien melalui saluran media komunikasi karena komunikator berperan penting untuk mencapai tujuan dalam keberhasilan suatu bisnis. Selain itu negosiasi juga memiliki peran penting dalam membangun hubungan kuat antara pihak-pihak yang terlibat.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kepribadian dan Gaya Komunikasi dalam Negosiasi bisnis sangat berpengaruh untuk kemajuan suatu Perusahaan. Kepribadian individu yang baik saat menyampaikan pesan dapat berpengaruh terhadap preferensi, interaksi antar pihak dan keputusan yang akan diambil oleh pihak lawan. Gaya komunikasi saat menyampaikan pesan, baik secara verbal atau non-verbal penting dalam kejelasan komunikasi dalam negosiasi. Gaya komunikasi yang tepat dapat memberikan pemahaman antara pihak yang terlibat dan membantu menghindari kesalahpahaman. Jika komunikator atau negosiator memiliki kepribadian dan penyampaian pesannya yang efektif, besar kemungkinan negosiasi yang dilakukan akan mencapai keberhasilan.

### **Saran**

Untuk sukses dalam negosiasi bisnis di masa depan, memiliki kepribadian dan gaya komunikasi yang baik sangat krusial. Jadi pendengar yang teliti, jaga ketenangan dan kesabaran, serta bersikap jujur dan terbuka mengenai kebutuhan Anda. Memahami sudut pandang pihak lain dengan empati bisa membantu menemukan solusi yang menguntungkan kedua belah pihak. Fleksibilitas diperlukan agar bisa mengubah strategi jika diperlukan. Pengetahuan yang mendalam tentang topik negosiasi menunjukkan bahwa Anda serius dan kompeten. Selalu tutup negosiasi dengan nada positif untuk mempertahankan hubungan baik dan membuka peluang kerjasama di masa depan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI). Psychological Assessment Resources.
- Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. Penguin Books.
- Hulu, R. D. L., Habib, M. F., Tia, R. S., Husna, F. M., & Suhairi, S. (2023). Pentingnya teknik lobi dan negosiasi dalam komunikasi bisnis. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(5), 567-574.
- Mehrabian, A. (1971). *Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes*. Wadsworth.
- Rahim, M. A. (1983). A measure of styles of handling interpersonal conflict. *Academy of Management Journal*, 26(2), 368-376.
- Saing, C. N., Nasution, N., Hasibuan, N., Nazara, B. S., & Suhairi, S. (2023). Lobi dan negosiasi dalam komunikasi bisnis membangun hubungan yang kuat mencapai kesepakatan bersama. *Jurnal Pendidikan Tambusari*, 7(2), 14035-14039.
- Thian, A. (2021). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Thompson, L. (2001). *The Mind and Heart of the Negotiator*. Prentice Hall.
- Utami, F. I. D. (2017). Efektivitas komunikasi negosiasi dalam bisnis. *Komunike*, 9(2), 105-122.