



Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Negosiasi dan Komunikasi Bisnis

(Analisis Deskriptif Berbasis Studi Pustaka)

Indah Permata Sari^{1*}, Riska Mailani², Tania Rahmah Wati³, Zulvan Harnando⁴

Susriyanti⁵

¹⁻⁵ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia " YPTK " Padang, Indonesia

Email: indahpermatasari230504@gmail.com^{1*}, riskamailani901@gmail.com², taniarrahmah11@gmail.com³,
zulvanharnando2384@gmail.com⁴, sususriyanti74@gmail.com⁵

*Penulis Korespondensi: indahpermatasari230504@gmail.com

Abstract. Developments in information technology have had a significant impact on business communication and negotiation processes in various industrial sectors. Technological advances such as email, video conferencing, instant messaging applications, cloud-based information systems, and other digital media have created new, faster, more efficient, and more documented communication models. This study uses a descriptive approach based on a literature review to analyze how information technology is transforming interaction patterns, strategies, and negotiation processes in the modern business environment. The results indicate that information technology plays a strategic role in increasing the effectiveness of business communication and accelerating the negotiation process. Advantages such as cost savings, time flexibility, global access, and automated documentation are the main reasons for the increasing use of digital media in the business world. However, digital negotiation also presents challenges such as the loss of non-verbal context, the risk of miscommunication, data security issues, and limitations in interpersonal relationships. The conclusion of this study confirms that successful negotiations in the digital era are greatly influenced by interpersonal communication skills, digital literacy, appropriate media selection, and the implementation of negotiation strategies that adapt to technological changes.

Keywords: Business Communication; Descriptive; Digital Negotiation; Digital Transformation; Information Technology.

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap proses komunikasi bisnis dan negosiasi dalam berbagai sektor industri. Kemajuan teknologi seperti email, video conference, aplikasi pesan instan, sistem informasi berbasis cloud, dan media digital lainnya telah menghadirkan model komunikasi baru yang lebih cepat efisien, dan terdokumentasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif berdasarkan studi pustaka untuk menganalisis bagaimana teknologi informasi mengubah pola interaksi, strategi, dan proses negosiasi dalam lingkungan bisnis modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi berperan strategis dalam meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis dan mempercepat proses negosiasi. Keunggulan seperti penghematan biaya, fleksibilitas waktu, akses global, dan dokumentasi otomatis menjadi alasan utama meningkatnya penggunaan media digital dalam dunia bisnis. Namun, Negosiasi digital juga menghadirkan tantangan seperti kehilangan konteks non-verbal, risiko miskomunikasi, isu keamanan data, serta keterbatasan hubungan interpersonal. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan negosiasi di era digital sangat di pengaruhi oleh kemampuan komunikasi interpersonal, literasi digital, pemilihan media yang tepat, serta penerapan strategis negosiasi yang adaptif terhadap perubahan teknologi.

Kata kunci: Deskriptif; Komunikasi bisnis; Negosiasi digital; Teknologi informasi; Transformasi digital.

1. LATAR BELAKANG

Teknologi informasi (TI) telah berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis. Perusahaan modern kini sangat bergantung pada TI untuk menjalankan operasional, komunikasi, manajemen informasi, hingga pengambilan keputusan. Transformasi digital tidak hanya mengubah perusahaan bekerja, tetapi juga mengubah pola interaksi antar individu yang terlibat dalam aktivitas bisnis. Salah satu area yang paling berpengaruh oleh perkembangan TI adalah komunikasi bisnis dan negosiasi (Laudon & Laudon, 2020).

Komunikasi bisnis merupakan elemen kunci dalam penyampaian informasi, koordinasi, kolaborasi, dan pembentukan hubungan kerja. Tanpa komunikasi yang efektif, proses bisnis akan terganggu, keputusan menjadi tidak tepat, dan hubungan antar mitra bisnis dapat melemah. Dengan adanya teknologi informasi, komunikasi tidak lagi terbatas pada percakapan tatap muka; kini komunikasi dapat berlangsung melalui email, aplikasi pesan instan, video conference, dan berbagai media digital lainnya. Teknologi memberikan peluang untuk mempercepat penyampaian pesan, memperluas jangkauan komunikasi, dan meningkatkan efisiensi kerja organisasi (Guffey & Loewy, 2018).

Negosiasi bisnis merupakan aktivitas penting dalam dunia usaha. Proses negosiasi merupakan melibatkan pertukaran informasi, penyusunan strategi, dan pencapaian kesepakatan yang saling menguntungkan antara dua pihak atau lebih. Di era sebelum digitalisasi, negosiasi biasanya dilakukan melalui pertemuan langsung, yang memungkinkan pihak terkait berinteraksi secara personal dan menggunakan bahasa tubuh sebagai bagian dari strategi persuasi. Namun, perkembangan teknologi mengalihkan sebagian besar negosiasi ke platform digital, terutama ketika pihak-pihak berada di lokasi berbeda. Negosiasi digital kini dilakukan melalui berbagai media seperti email, video conference dan sistem kolaborasi berbasis cloud (Fisher et al., 2011).

Transformasi ini membawa keuntungan signifikan, perubahan dapat menghemat waktu, biaya, perjalanan, dan sumber daya. Namun perubahan ini juga menghadirkan tantangan, terutama dalam aspek komunikasi non-verbal yang sangat penting dalam proses negosiasi. Selain itu, tantangan teknis seperti ketergantungan jaringan internet, risiko miskomunikasi, dan isu keamanan data semakin relevan dalam negosiasi digital (Turban et al., 2018).

Mengingat perubahan besar tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana peran teknologi informasi dalam proses negosiasi dan komunikasi bisnis, serta bagaimana organisasi dapat memaksimalkan manfaat teknologi sekaligus meminimalkan risikonya.

2. KAJIAN TEORITIS

Teknologi Informasi Dalam Bisnis

Teknologi informasi (TI) merupakan fondasi utama transformasi digital dalam dunia bisnis modern. TI didefinisikan sebagai seperangkat perangkat keras, perangkat lunak, jaringan komunikasi, dan prosedur pengelolaan data yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi dalam sebuah organisasi. Menurut

Laudon & Laudon, (2020), TI digunakan oleh organisasi untuk mendukung operasi, manajemen, dan pengambilan keputusan strategis.

Peranan teknologi tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi telah berkembang menjadi elemen strategis yang menentukan daya saing perusahaan. Penerapan TI mencakup berbagai aspek, mulai dari sistem manajemen informasi, *enterprise resource planning* (ERP), *customer relationship management* (CRM), *cloud computing*, hingga kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) yang mendukung efisiensi dan inovasi bisnis (Turban et al., 2018). Secara umum, fungsi TI dalam operasional bisnis meliputi :

- 1) Percepatan komunikasi

TI memungkinkan komunikasi berlangsung secara real time melalui email, pesan instan, dan platform kolaboratif. Informasi dapat dikirim dan diterima dalam hitungan detik, sehingga mempercepat reaksi bisnis (Laudon & Laudon, 2020).

- 2) Intergrasi informasi

Sistem TI membantu perusahaan mengintegrasikan data dari berbagai departemen kedalam suatu platform terpadu, sehingga memudahkan koordinasi dan sinkronisasi keputusan.

- 3) Pengambilan keputusan berbasis data

Teknologi seperti *Big Data Analytics* dan *Business Intelligence* memungkinkan perusahaan melakukan analisis mendalam terhadap perilaku pelanggan, tren pasar, dan performa bisnis (Turban et al., 2018).

- 4) Kolaborasi Global

TI memungkinkan karyawan dari lokasi berbeda untuk bekerja sama melalui *cloud computing* dan tools seperti Google Workspace, Slack, atau Microsoft Teams.

- 5) Efisiensi Operasional

Penggunaan sistem otomatisasi membantu perusahaan mengurangi biaya operasional dan meminimalkan kesalahan manusia (*Human Error*) secara keseluruhan, kemajuan TI mendorong model bisnis menjadi semakin digital, efisien, dan berbasis data. Dampak TI pada komunikasi dan negosiasi menjadi semakin signifikan seiring meningkatnya penggunaan platform digital dalam interaksi bisnis

Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran informasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Informasi yang disampaikan dapat berupa instruksi, laporan, analisis, ide, ataupun pesan persuasif. Menurut Guffey & Loewy, (2018), komunikasi bisnis yang efektif harus mampu menghasilkan pemahaman yang sama antara pengirim dan penerima pesan.

Perkembangan teknologi dalam mengubah cara organisasi berkomunikasi. Jika komunikasi sebelumnya berlangsung secara tatap muka, kini komunikasi banyak dilakukan secara digital melalui berbagai media.

Bentuk komunikasi digital dalam bisnis:

1) Komunikasi sinkron (real time)

Jenis komunikasi ini berlangsung secara langsung tanpa jeda waktu, seperti :

- a) Video Conference (Zoom, Google Meet)
- b) Teleconference
- c) Chat langsung

Keuntungan komunikasi sinkron adalah respon cepat, komunikasi dua arah, dan fleksibilitas jarak jauh(Guffey & Loewy, 2018).

2) Komunikasi Asinkron

Komunikasi ini tidak membutuhkan kehadiran kedua belah pihak secara bersamaan, misalnya:

- a) Email
- b) Pesan instan
- c) Sistem manajemen dokumen

Keuntungannya adalah fleksibilitas waktu dan dokumentasi otomatis.

3) Komunikasi Visual

Meliputi:

- a) Presentasi digital
- b) Diagram
- c) Infografis

Komunikasi visual memperkuat pemahaman terutama dalam negosiasi berbasis data.

Dampak TI terhadap komunikasi bisnis. TI mengubah pola komunikasi melalui:

- a) Kecepatan pertukaran pesan
- b) Efisiensi biaya komunikasi
- c) Transformasi budaya, Komunikasi menjadi lebih ringkas dan langsung
- d) Perubahan peran komunikasi non verbal

Dalam konteks negosiasi perubahan ini memiliki implementasi besar terhadap strategi dan hasil akhir.

Negosiasi Bisnis

Negosiasi adalah proses interaksi antara dua pihak atau lebih yang bertujuan mencapai kesepakatan bersama mengenai isu tertentu. Menurut Fisher et al., (2011), Negosiasi

merupakan proses komunikasi yang melibatkan pertukaran informasi, tawar menawar, dan penyusunan perjanjian yang saling menguntungkan. Tahap negosiasi tradisional:

- 1) Persiapan menganalisis kebutuhan, batasan, dan strategi.
- 2) Pertukaran informasi. Pihak-pihak menyampaikan posisi, kepentingan, dan tujuan.
- 3) Tawar menawar melakukan konfirmasi, penyesuaian, dan kompromi.
- 4) Penyelesaian dan kesepakatan menyusun kesepakatan final dan dokumentasi.

Negosiasi bisnis berlangsung dalam berbagai bentuk seperti negosiasi penjualan, kontrak kerja sama, pembelian barang, hingga penentuan harga proyek.

Komunikasi Digital Dalam Negosiasi

Transformasi digital membuat negosiasi tidak lagi terbatas pada pertemuan fisik. Negosiasi digital adalah bentuk negosiasi yang dilakukan melalui media elektronik seperti Email, aplikasi pesan, dan video conference (Zhang et al., 2020). Keuntungan komunikasi digital dalam negosiasi:

- 1) Kecepatan, proses negosiasi dapat berlangsung dengan cepat melalui pesan instan dan Email.
- 2) Dokumentasi otomatis, percakapan tersimpan dan dapat digunakan sebagai referensi.
- 3) Fleksibilitas lokasi, negosiator tidak perlu bertemu langsung untuk bernegosiasi.
- 4) Jangkauan global, memungkinkan negosiasi lintas negara dengan mudah.

Tantangan negosiasi digital:

- 1) Hilangnya bahasa tubuh, negosiator sulit membaca ekspresi dan emosi lawan.
- 2) Risiko salah tafsir, pesan teks dapat terlihat kaku dan ambigu.
- 3) Keamanan informasi, dokumen penting rentan bocor atau diretas.

Perbandingan Negosiasi Tradisional dan Negosiasi Digital

Tabel 1. Perbandingan Negosiasi Tradisional dan Negosiasi Digital.

Aspek	Negosiasi Tradisional	Negosiasi Digital
Media	Pertemuan langsung	Email, chat, video conference
Bahasa Tubuh	Sangat penting	Minimal
Kecepatan	Bergantung jadwal	Sangat cepat
Biaya	Tinggi (transportasi)	Rendah
Dokumentasi	Manual	Otomatis
Jangkauan	Terbatas lokasi	Global

Perbandingan ini menunjukkan bahwa digital telah memberikan alternatif negosiasi yang lebih efisien namun tetap memiliki keterbatasan tertentu (Fisher et al., 2011).

Tantangan Negosiasi Digital

Negosiasi digital memiliki sejumlah tantangan yang harus diwaspadai agar prosesnya tetap efektif (Turban et al., 2018).

Risiko keamanan, negosiasi biasanya melibatkan data sensitif. Serangan siber dapat mengancam kerahasiaan dokumen.

- 1) Ketergantungan jaringan dan teknologi, gangguan internet dapat menghambat proses negosiasi secara signifikan.
- 2) Minimnya komunikasi non verbal, elemen penting dalam persuasi hilang ketika komunikasi dilakukan melalui layar.
- 3) Kompetensi digital rendah, tidak semua negosiator memahami etika dan teknik komunikasi digital.

Peluang Negosiasi Digital

Meskipun memiliki tantangan, negosiasi digital membuka peluang besar (Zhang et al., 2020) :

- 1) Efisiensi tinggi, menghemat waktu dan biaya operasional secara signifikan.
- 2) Dokumentasi lengkap, semua percakapan terdokumentasi secara otomatis.
- 3) Akses global, pihak dari negara berbeda dapat bernegosiasi tanpa terbatas jarak geografis.

Keputusan lebih cepat, data dapat di analisis langsung melalui tools digital, mempercepat proses pengambilan keputusan.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan memberikan gambaran, pemahaman, atau penjelasan yang sistematis mengenai fenomena yang dikaji berdasarkan fakta empiris dan literatur ilmiah yang tersedia. Penelitian deskriptif tidak menuntut pembuktian hipotesis tertentu, melainkan bertujuan memahami fenomena secara mendalam dan menyeluruh (Sugiyono, 2019).

Penelitian deskriptif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yakni untuk:

- 1) Menjelaskan perkembangan teknologi informasi dalam konteks bisnis.
- 2) Menganalisis pengaruh teknologi terhadap komunikasi bisnis digital.
- 3) Menggambarkan transformasi pola negosiasi dari tatap muka menjadi negosiasi digital.
- 4) Mengidentifikasi tantangan dan peluang negosiasi berbasis teknologi.
- 5) Membandingkan negosiasi tradisional dan negosiasi digital secara konseptual.

Dengan demikian, penelitian ini tidak melakukan eksperimen maupun survei, tetapi berfokus pada penjabaran konsep dan penyusunan analisis berdasarkan literatur akademik (Creswell & Creswell, 2018).

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif teoritis, yaitu pendekatan yang mengendalikan interpretasi teoritik untuk memahami fenomena yang di teliti (Creswell & Creswell, 2018). Pendekatan kualitatif cocok untuk penelitian ini karena:

- 1) Topik penelitian bersifat konseptual dan abstrak, melibatkan ide-ide seperti komunikasi digital, negosiasi, dan teknologi informasi.
- 2) Objek penelitian mencangkup fenomena sosial dan teknologi, yang memerlukan analisis berbasis interpretasi, bukan pengukuran statistik.
- 3) Literatur ilmiah sangat kaya, sehingga memungkinkan penelitian menyusun sintesis teoretis yang komprehensif
- 4) Penelitian tidak membutuhkan data primer, melainkan cukup mengandalkan data sekunder dari literatur yang relevan.

Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali berbagai teori komunikasi, teori negosiasi, dan model-model adopsi teknologi yang relevan dengan konteks penelitian.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literatur ilmiah yang telah di publikasikan (Sugiyono, 2019). Data sekunder tersebut berasal dari empat kelompok utama:

- 1) Buku akademik

Buku-buku ilmiah digunakan untuk memperoleh landasan yang kuat mengenai:

- a) Teknologi informasi dan manajemen sistem informasi.
- b) Komunikasi bisnis,
- c) Teori negosiasi klasik dan modern,
- d) Manajemen digital dalam organisasi

- 2) Jurnal ilmiah terindeks

Jurnal yang digunakan untuk memperoleh temuan penelitian terbaru, tren digital, serta pembahasan akademik terkait:

- a) Negosiasi digital
- b) Komunikasi virtual
- c) Adopsi teknologi informasi
- d) Transformasi digital bisnis
- e) Perilaku komunikasi dalam lingkungan digital

3) Artikel ilmiah dan publikasikan profesional

Data juga diperoleh dari:

- a) Laporan industri
- b) Publikasi lembaga riset pasar,
- c) Analisis akademik mengenai digital business communication
- d) White paper perusahaan teknologi global

Sumber ini memberikan konteks aktual mengenai bagaimana TI digunakan dalam dunia bisnis nyata.

4) Sumber Elektronik kredibel

Data pendukung diperoleh dari:

- a) Google Scholar
- b) ResearchGate
- c) ScienceDirect
- d) SpringerLink
- e) Website resmi lembaga riset TI

Seluruh sumber dipastikan kredibel, relevan, dan berkaitan langsung dengan fokus penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui empat tahap utama :

Identifikasi Literatur

penelitian mengidentifikasi literatur dengan menggunakan pencarian kata kunci (keywords) seperti:

- 1) “digital negotiation”
- 2) “Communication technology in business”
- 3) Impact of information technology”
- 4) “virtual communication”
- 5) “technologly-mediated negotiation”

Tahap ini menghasilkan daftar literatur awal untuk dianalisi.

Seleksi Literatur

Literatur diseleksi berdasarkan kriteria:

- 1) Kesesuaian topik
- 2) Validasi ilmiah
- 3) Reputasi penerbit
- 4) Kemutakhirannya (prioritas 10 tahun terakhir)

5) Kontribusi terhadap fokus penelitian

Literatur yang tidak relevan atau tidak kredibel dieliminasi.

Pencatatan dan Klasifikasi

Setiap literatur dicatat dan diklasifikasikan ke dalam kategori tematik, seperti :

- 1) Peran TI dalam bisnis
- 2) Komunikasi digital
- 3) Negosiasi digital
- 4) Tantangan TI
- 5) Perbandingan negosiasi tradisional dan digital

Klasifikasi ini memudahkan proses sintesis data.

Sintesis Informasi

Sintesis dilakukan dengan:

- 1) Menggabungkan temuan dari beberapa sumber
- 2) Mengidentifikasi pola dan persamaan
- 3) Menelaah perbedaan pendekatan antar peneliti
- 4) Menyusun pemahaman konseptual yang koheren

Sintesis ini menghasilkan kerangka teoritis yang mendasari analisis di bab pembahasan.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik analisis utama:

Analisis Isi (Content Analysis)

- 1) Menilai substansi literatur akademik
- 2) Mengidentifikasi konsep inti
- 3) Menggali pola hubungan antara teknologi informasi, komunikasi, dan negosiasi.
- 4) Menata informasi ke dalam struktur analisis tematik

Metode ini memungkinkan peneliti menafsirkan makna dalam teks ilmiah secara sistematis (Krippendorff, 2018).

Analisis deskriptif digunakan untuk menyajikan:

- 1) Penjabaran peran TI dalam negosiasi
- 2) Perubahan strategi komunikasi bisnis
- 3) Tantangan negosiasi digital
- 4) Peluang penggunaan TI dalam negosiasi bisnis

Analisis deskriptif tidak mengubah makna litetur, tetapi menyusunnya kembali dalam narasi ilmiah yang runtut dan logis (Miles et al., 2014).

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini menggambarkan hubungan tiga konsep utama:

- 1) **Teknologi Informasi** : Memberikan kemudahan, kecepatan dan ruang digital untuk berkomunikasi serta menyimpan data negosiasi.
- 2) **Komunikasi Bisnis** : Merupakan proses utama dalam pertukaran informasi yang terjadi dasar negosiasi.
- 3) **Negosiasi Bisnis** : Proses mencapai kesepakatan yang dipengaruhi oleh kualitas komunikasi dan pemanfaatan teknologi.

Ketiga konsep ini saling berinteraksi dan menciptakan bentuk negosiasi baru yang lebih efisien, fleksibel, namun juga menghadirkan tantangan baru dalam era digital (Laudon & Laudon, 2020).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Komunikasi Bisnis

Susriyanti et al. (2019) menegaskan bahwa efektivitas komunikasi bisnis sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi antarpribadi, gaya kepemimpinan, serta keterampilan mendengarkan secara aktif. Dalam konteks komunikasi berbasis teknologi, kompetensi ini menjadi semakin penting karena keterbatasan isyarat non-verbal menuntut kejelasan pesan dan empati yang lebih tinggi dari pelaku komunikasi. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi informasi dalam negosiasi tidak dapat dipisahkan dari kualitas komunikasi interpersonal pelaku bisnis.

Teknologi informasi telah mengubah struktur komunikasi bisnis secara fundamental. Pergeseran dari komunikasi tatap muka ke komunikasi berbasis platform digital membawa berbagai implikasi, baik pada kecepatan penyampaian pesan, kualitas koordinasi, maupun gaya komunikasi pelaku bisnis (Laudon & Laudon, 2020).

Percepatan Penyampaian Informasi

Peran TI dalam mempercepat komunikasi merupakan salah satu perubahan paling signifikan. Media digital seperti email, WhatsApp Business, Slack, Microsoft Teams, dan Telegram memungkinkan pesan dikirim dalam waktu singkat tanpa harus menunggu pertemuan fisik (Guffey & Loewy, 2018). Percepatan ini berdampak positif pada aspek:

- 1) **Pengambilan keputusan:** Pimpinan organisasi dapat memberikan arahan dengan cepat, sehingga respons terhadap dinamika pasar lebih adaptif.

- 2) Koordinasi tim: Proses kolaborasi lebih mudah dan cepat, terutama dalam proyek lintas departemen atau perusahaan multinasional.
- 3) Penanganan masalah operasional: Informasi terkait gangguan produksi, keluhan pelanggan, atau permintaan urgent dapat diproses lebih cepat.
- 4) Efektivitas negosiasi: Negosiasi dapat berlangsung tanpa jeda panjang, sehingga kesepakatan lebih cepat diselesaikan.

Kemampuan TI mempercepat komunikasi menjadikan bisnis lebih responsif terhadap perubahan lingkungan kompetitif.

Akses informasi yang lebih luas

Dengan teknologi berbasis cloud, dokumen dan data dapat di akses oleh seluruh anggota organisasi kapan saja dan dari mana saja. Hal ini:

- 1) Memudahkan persiapan negosiasi.
- 2) Mempercepat analisis informasi
- 3) Menghasilkan keputusan yang lebih akurat

Negosiator memiliki akses langsung terhadap data penjualan, harga pasar, tren industri, hingga dokumen legal yang perlukan (Turban et al., 2018).

Dokumentasi otomatis

Setiap komunikasi digital baik berupa pesan instan, email, maupun video conference secara otomatis terdokumentasi. Dokumentasi ini memiliki banyak manfaat:

- 1) Mengurangi risiko kesalahpahaman
- 2) Menjadi dasar hukum dalam perselisihan.
- 3) Mempermudah evaluasi
- 4) Memperkuat transparansi

Dibandingkan negosiasi lisan tanpa catatan, dokumentasi digital memberikan tingkat akurasi yang lebih tinggi.

Perubahan budaya komunikasi

Teknologi telah melahirkan budaya komunikasi baru yang berbeda dari budaya komunikasi tradisional (Guffey & Loewy, 2018). Ciri-cirinya anta lain:

- 1) Pesan lebih singkat untuk memperjelas maksud.
- 2) Penggunaan emotikon untuk memperjelas maksud.
- 3) Penurunan formalitas dalam beberapa konteks bisnis.
- 4) Peningkatan komunikasi informal secara cepat

Namun perubahan ini juga menghadirkan tantangan, seperti potensi dianggap tidak sopan jika pesan terlalu singkat atau tidak menyertakan salam pembuka.

Teknologi Informasi Sebagai Alat Strategis Dalam Negosiasi

Negosiasi merupakan proses komunikasi persuasi yang bertujuan mencapai kesepakatan bersama antara dua pihak atau lebih. Dengan hadirnya teknologi informasi, proses negosiasi mengalami transformasi besar (Fisher et al., 2011).

Negosiasi melalui email

Email adalah media negosiasi tertulis yang paling umum digunakan, keuntungannya:

- 1) Pesan terstruktur dan formal.
- 2) Dokumen pendukung mudah dilampirkan
- 3) Negosiator memiliki waktu yang lebih lama untuk menyusun argumen.
- 4) Arsip komunikasi tersimpan secara sistematis.

Namun kekurangan email adalah tidak cocok untuk diskusi cepat atau isu sensitif yang membutuhkan komunikasi emosional.

Negosiasi melalui aplikasi pesan instan

Aplikasi seperti WhatsApp, Telegram, atau WeChat memberikan ruang negosiasi yang lebih cepat dan fleksibel. Biasanya digunakan untuk :

- 1) Klarifikasi cepat
- 2) Penyesuaian harga di menit terakhir
- 3) Diskusi informal
- 4) Koordinasi teknis

Negosiasi melalui video conference

Video conference (*zoom, google meet, microsoft teams*) dianggap sebagai versi dari negosiasi tatap muka. Kelebihan utamanya:

- 1) Dapat melihat ekspresi wajah lawan
- 2) Mendukung penjelasan visual (screen sharing)
- 3) Komunikasi lebih interaktif dibanding pesan tertulis.
- 4) Membangun kepercayaan lebih mudah dari pada hanya teks

Namun video conference bergantung pada stabilitas jaringan.

Pemanfaatan data digital

Big data dan analytics memberikan negosiator keunggulan strategis, yaitu kemampuan membuat keputusan berbasis fakta. Data yang digunakan meliputi:

- 1) Tren harga

- 2) Riwayat pembelian pelanggan
- 3) Data permintaan pasar
- 4) Analisis kompetitor
- 5) Preferensi konsumen

Dengan data, negosiator dapat menyiapkan argumen yang lebih kuat dan meningkatkan daya tawarnya (Turban et al., 2018).

Perubahan Gaya Komunikasi Negosiator Akibat Digitalisasi

Penelitian mengenai persepsi, kognisi, dan emosi menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi dan negosiasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut dipersepsi dan diinterpretasikan secara emosional oleh lawan bicara. Dalam negosiasi digital, keterbatasan ekspresi non-verbal dapat memengaruhi persepsi dan emosi pihak yang terlibat, sehingga meningkatkan risiko salah tafsir dan konflik komunikasi apabila pesan tidak disampaikan secara hati-hati dan terstruktur (Dohan et.,al, 2025).

Digitalisasi mengubah kemampuan komunikasi yang diperlukan dalam negosiasi.

Komunikasi lebih ringkas dan langsung

Media digital menuntut pesan singkat dan tepat sasaran. Negosiator harus mampu:

- 1) Menyampaikan poin inti secara cepat
- 2) Menghindari kalimat panjang
- 3) Menggunakan bahasa yang efisien

Komunikasi panjang dapat diabaikan atau di salah pahami.

Penekanan pada bahasa tertulis

Negosiasi digital sangat mengandalkan teks. Oleh karena itu, kemampuan menulis menjadi penting.

Negosiator haru:

- 1) Menyusun kalimat tegas
- 2) Menghindari istilah ambigu
- 3) Menggunakan struktur logis
- 4) Mengontrol nada pesan

Kesalahpahaman kecil dalam teks dapat berdampak besar pada interpretasi lawan.

Berkurangnya komunikasi non-verbal

Komunikasi non-verbal seperti gustur, kontak mata, atau intonasi suara sulit ditangkap melalui teks. Konsekuensinya:

- 1) Sulit membaca maksud sebenarnya
- 2) Potensi salah tafsir meningkat

- 3) Hubungan interpersonal lebih sulit dibangun

Walaupun bideo conference membantu, isyarat non-verbal tetap terbatas.

Adaptasi teknologi

Negosiator modern wajib menguasai berbagai platform digital seperti:

- 1) Aplikasi meeting
- 2) Aplikasi berbagai dokumen
- 3) Platform keamanan data
- 4) Tools kolaborasi

Kemampuan teknologi menjadi bagian dari profesionalisme.

Kelebihan Negosiasi Digital

Negosiasi digital memberikan keuntungan signifikan bagi organisasi.

- 1) Efisiensi biaya Perjalanan bisnis tidak lagi diperlukan, sehingga menghemat biaya transportasi, hotel, dan administrasi.
- 2) Penghemat waktu Negosiasi dapat dilakukan kapan saja tanpa harus menunggu jadwal pertemuan fisik.
- 3) Fleksibilitas tinggi Pelaku negosiasi dapat berpartisipasi dari lokasi mana pun, bahkan berbeda zona waktu.
- 4) Dokumentasi lebih rapi Semua percakapan tersimpan otomatis sebagai rekam jejak dan bukti resmi.
- 5) Akses global Negosiator dapat berinteraksi dengan pihak dari negara manapun tanpa kendala geografis.

Kekurangan Negosiasi Digital

Namun, negosiasi digital juga menghadirkan sejumlah tantangan.

- 1) hilangnya konteks non-verbal bahasa tubuh tidak tampil secara optimal
- 2) risiko miskomunikasi teks sering tampak tegas atau kasar tanpa maksud demikian.
- 3) Kerentanan keamanan Serangan siber dapat mengancam dokumen sensitif
- 4) Ketergantungan teknologi Jaringan internet yang buruk dapat mengganggu jalannya negosiasi.
- 5) Kurangnya kedekatan emosional Hubungan interpersonal sulit dibangun dibanding tatap muka.

Faktor Penentu Keberhasilan Negosiasi Digital

Keberhasilan negosiasi digital ditentukan oleh beberapa faktor berikut:

- 1) Kejelasan pesan: bahasa harus jelas, ringkas, dan tidak ambigu
- 2) Pemilihan media yang tidak tepat: isu lebih cocok dibahas melalui media yang mendukung ekspresi non-verbal
- 3) Etika komunikasi digital: negosiator harus menjaga sopan santun dan profesionalisme
- 4) Penguasaan teknologi: negosiator harus mahir menggunakan platform digital
- 5) Pengelolaan emosi: kecerdasan emosional tetap menjadi faktor penting dalam negosiasi digital

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam komunikasi dan negosiasi bisnis dapat meningkatkan efisiensi proses, namun tidak secara otomatis menjamin tercapainya kesepakatan yang optimal. Keberhasilan tetap bergantung pada strategi komunikasi, pemilihan media yang sesuai dengan konteks negosiasi, serta kemampuan pengelolaan emosi dan konflik (Susriyanti 2018). Dengan demikian, organisasi perlu mengembangkan pendekatan negosiasi yang bersifat adaptif dan kontekstual dalam memanfaatkan teknologi informasi.

Integrasi Teori Komunikasi Dan Negosiasi Dalam Konteks Teknologi Informasi

Komunikasi antarpribadi yang efektif, termasuk kemampuan mendengarkan secara aktif, merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan selama proses negosiasi. Dalam lingkungan negosiasi digital, keterampilan mendengarkan diwujudkan melalui respon yang tepat, klarifikasi pesan, serta kemampuan menangkap makna implisit dalam komunikasi tertulis maupun virtual. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi hanya berfungsi sebagai media, sedangkan kualitas interaksi tetap ditentukan oleh kompetensi manusia (Rosana, et.al 2025).

Teknologi informasi berperan sebagai media yang mempengaruhi cara pesan dikirim, diterima, dan dimaknai. Teori komunikasi menunjukkan bahwa media mempengaruhi interpretasi pesan. Sementara teori negosiasi menekankan pentingnya interaksi interpersonal dan kepercayaan. Integrasi kedua teori menghasilkan beberapa pemahaman penting:

- 1) Teknologi adalah alat bantu, bukan pengganti kecerdasan komunikasi manusia.
- 2) Negosiasi yang efektif tetap membutuhkan strategi komunikasi yang matang.
- 3) Media digital harus dipilih berdasarkan konteks, sensitivitas isu, dan tujuan negosiasi.

4) Keberhasilan negosiasi digital bergantung pada kemampuan negosiator menggabungkan kecakapan interpersonal dan literasi digital.

Dengan demikian, negosiasi digital merupakan kombinasi antara kompetensi manusia dan pemanfaatan teknologi secara strategis

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi informasi dalam proses komunikasi bisnis dan negosiasi, serta memahami bagaimana digitalisasi mengubah struktur, strategi, dan dinamika negosiasi dalam organisasi. Berdasarkan pendekatan deskriptif berbasis studi pustaka, beberapa kesimpulan utama dapat ditarik sebagai berikut:

1) Teknologi informasi meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis

Perkembangan teknologi informasi memberikan perubahan besar pada cara organisasi berkomunikasi. Media digital seperti email, aplikasi pesan instan, video conference, dan platform manajemen dokumen memungkinkan komunikasi berlangsung lebih cepat, fleksibel, dan terdokumentasi. Dokumentasi otomatis yang dihasilkan oleh media digital berkontribusi dalam meningkatkan transparansi, akurasi informasi, dan kemudahan evaluasi. Komunikasi bisnis yang lebih efisien ini berdampak positif pada pengambilan keputusan dan efektivitas negosiasi.

2) Negosiasi mengalami transformasi struktural dan strategis

Digitalisasi mengubah negosiasi dari proses yang sebelumnya mengandalkan tatap muka menjadi interaksi yang banyak dilakukan secara virtual. Transformasi ini mengarah pada :

- Negosiasi yang lebih fleksibel dan hemat biaya
- Pergeseran strategi komunikasi dari lisan ke tertulis dan visual
- Peningkatan kecepatan dalam proses tawar- menawar
- Penggunaan data digital dalam mendukung argumen dan keputusan

Namun perubahan ini juga menuntut keterampilan baru, terutama kemampuan menyusun pesan tertulis secara efektif dan menguasai teknologi komunikasi digital (Lewicki et al., 2020).

3) Negosiasi digital memiliki keunggulan signifikan

Negosiasi berbasis TI menawarkan banyak manfaat, seperti :

- Efisiensi waktu dan biaya
- Kemudahan akses lintas geografis

- c) Dokumentasi lengkap dan otomatis
- d) Fleksibilitas waktu yang lebih tinggi

Keunggulan- keunggulan ini menjadikan negosiasi digital sebagai pilihan strategis bagi perusahaan modern, terutama organisasi multinasional yang beroperasi di berbagai negara (Thompson, 2015).

4) Tantangan negosiasi digital tidak bisa diabaikan

Meskipun menawarkan banyak keuntungan, negosiasi digital tetap memiliki keterbatasan. Beberapa tantangan utama meliputi:

- a) Hilangnya isyarat non- verbal
- b) Risiko salah interpretasi pesan tertulis
- c) Isu keamanan data dan ancaman siber
- d) Ketergantungan pada koneksi internet dan perangkat digital
- e) Kemungkinan gangguan teknis yang menghambat kelancaran negosiasi.

Tantangan ini membutuhkan kompetensi interpersonal yang kuat serta literasi digital yang baik dari pada negosiator.

5) Sinergi antara teknologi informasi, komunikasi, dan negosiasi sangat penting

Keberhasilan negosiasi tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi sangat bergantung pada kemampuan negosiator dalam berkomunikasi. Teknologi hanya sarana pendukung, sementara kemampuan interpersonal seperti kecerdasan emosional, pemilihan yang tepat, penyampaian pesan yang jelas, dan strategi negosiasi tetap menjadi faktor penentu. Penggunaan TIO yang efektif harus didukung oleh kompetensi komunikasi profesional dan strategi negosiasi yang matang agar proses negosiasi dapat mencapai hasil yang optimal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa teknologi informasi memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi bisnis dan negosiasi. Namun, keberhasilan negosiasi digital hanya dapat dicapai jika pelaku bisnis mampu menyeimbangkan pemanfaatan teknologi dengan keterampilan komunikasi interpersonal dan strategi negosiasi yang tepat

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan dalam dunia bisnis dan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1) Peningkatan literasi digital negosiator

Pelaku bisnis perlu meningkatkan keterampilan dalam menggunakan berbagai keterampilan dalam menggunakan berbagai platform digital yang mendukung negosiasi, seperti:

- a) Video conference
- b) Aplikasi berbagi dokumen
- c) Platform kolaborasi digital
- d) Sistem manajemen proyek berbasis cloud

Pelatihan ini sangat penting untuk mencegah miskomunikasi digital dan meningkatkan profesionalitas negosiasi.

2) Pengelolaan keamanan informasi

Karena data negosiasi sering kali bersifat rahasia, perusahaan harus memperkuat keamanan digital melalui:

- a) Enkripsi dokumen,
- b) Kebijakan keamanan siber yang ketat
- c) Autentikasi dua langkah
- d) Penggunaan aplikasi resmi yang aman

Langkah ini sangat penting untuk mencegah penting untuk mencegah kebocoran informasi strategis.

3) Penggunaan media yang tepat berdasarkan konteks

Tidak semua pesan dapat disimpulkan secara efektif melalui teks atau chat. Untuk isu sensitif, kompleks, atau berisiko tinggi, video conference atau tatap muka langsung lebih direkomendasikan. Pemilihan media yang salah dapat menyebabkan kesalahan pahaman dan melemahkan posisi negosiasi.

4) Kombinasi Negosiasi Digital dan Tatap Muka

Model hybrid antara negosiasi digital dan negosiasi tatap muka sangat efektif diterapkan. Negosiasi awal, pertukaran informasi teknis, dan klarifikasi dapat dilakukan secara digital, sementara finalisasi kesepakatan dilakukan secara langsung untuk membangun kepercayaan dan kedekatan emosional.

5) Penelitian Lanjutan

Penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi beberapa aspek seperti:

- a) Efektivitas media digital tertentu dalam negosiasi
- b) Negosiasi antar budaya diera digital
- c) Penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam negosiasi
- d) Model komunikasi virtual yang paling efektif untuk industri tertentu

Penelitian lanjutan ini diperlukan untuk memperkaya pemahaman mengenai dinamika negosiasi di tengah perkembangan teknologi yang terus berubah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan sehingga penelitian dan penulisan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Ibu Dr. Susriyanti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta koreksi yang konstruktif selama proses penyusunan artikel ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyediaan referensi, diskusi ilmiah, serta dukungan moral selama proses penelitian. Artikel ini merupakan bagian dari tugas akademik dan pengembangan keilmuan di bidang komunikasi bisnis dan negosiasi digital. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian teknologi informasi dalam dunia bisnis serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Dohan, A., Ardiansyah, F., Mayhapdi, M. F., Fitri, A., & Susriyanti. (2025). Peran persepsi, kognisi, dan emosi terhadap efektivitas komunikasi dan negosiasi pegawai di Cafe Naya. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan (JIMP)*, 2(3), 1031–1039.

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). *Getting to yes: Negotiating agreement without giving in* (3rd ed.). Penguin Books.

Guffey, M. E., & Loewy, D. (2018). *Business communication: Process & product* (9th ed.). Cengage Learning.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson Education.

Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2020). *Negotiation* (8th ed.). McGraw-Hill Education.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Rosana, M. T., Sahla, E. A., Sulistiani, F. M., Ujtian, F. E., & Susriyanti. (2025). Komunikasi antarprabadi, gaya kepemimpinan, dan mendengarkan sebagai keahlian antarprabadi. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 11(9).

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Alfabeta.

Susriyanti, & Nardo, R. (2019). Pengaruh fungsi komunikasi dan kepuasan kerja karyawan terhadap pemberian pelayanan nasabah PT. BPR LPN Talawi Sakato. *Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora (JASIORA)*, 3(2), 97–111.

Susriyanti. (2018). Strategi komunikasi pemasaran (public relation) Radio Pronews 90 FM Padang dalam mendapatkan iklan. *UNES Journal of Social and Economics Research*, 3(2), 101–111.

Thompson, L. L. (2015). *The mind and heart of the negotiator* (6th ed.). Pearson Education.

Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information technology for management: On-demand strategies for performance, growth, and sustainability* (11th ed.). Wiley.

Zhang, C., Fjermestad, J., & Tremaine, M. (2020). Negotiation support systems: A review and research agenda. *Group Decision and Negotiation*, 29(1), 1–27. <https://doi.org/10.1007/s10726-019-09640-7>