

1. PENGGUNAAN BAHASA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS NEGOSIASI DAN KEBERHASILAN WIRAUSAHA....

 Universitas Sahid-Jakarta

Document Details

Submission ID

trn:oid:::3618:74930503

Submission Date

Dec 29, 2024, 8:05 AM GMT+7

Download Date

Dec 29, 2024, 8:09 AM GMT+7

File Name

1. PENGGUNAAN BAHASA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS NEGOSIASI DAN KEBERHASILA.....docx

File Size

49.2 KB

10 Pages

3,927 Words

26,116 Characters

20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.




Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 8 words)

Exclusions

- ▶ 33 Excluded Matches

Top Sources

- 19%  Internet sources
- 5%  Publications
- 10%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags




0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 19%  Internet sources
- 5%  Publications
- 10%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
core.ac.uk		4%
2	Internet	
journal.amikveteran.ac.id		2%
3	Internet	
journal.unpas.ac.id		2%
4	Internet	
media.neliti.com		2%
5	Internet	
journal.pubmedia.id		2%
6	Internet	
123dok.com		1%
7	Internet	
text-id.123dok.com		1%
8	Submitted works	
Universitas Diponegoro on 2020-09-10		1%
9	Internet	
yenniechempluk.blogspot.com		1%
10	Internet	
www.coursehero.com		1%
11	Internet	
www.kompasiana.com		1%

12	Submitted works	Keimyung University on 2024-04-22	0%
13	Internet	www.sinarmas.co.id	0%
14	Internet	cittraangrainy.blogspot.com	0%
15	Internet	digilibadmin.unismuh.ac.id	0%
16	Internet	docplayer.info	0%
17	Internet	www.theseus.fi	0%
18	Submitted works	Sriwijaya University on 2024-05-03	0%
19	Internet	olafrider.blogspot.com	0%
20	Internet	repository.ubharajaya.ac.id	0%
21	Internet	www.neliti.com	0%
22	Internet	dim.telkomuniversity.ac.id	0%
23	Internet	eprints.ums.ac.id	0%
24	Internet	nastain.com	0%
25	Submitted works	Sriwijaya University on 2021-07-28	0%

26 Internet

aatrader.com.pk 0%

27 Internet

kipkebumen.blogspot.com 0%

28 Internet

projects.co.id 0%

29 Internet

www.scribd.com 0%

PENGGUNAAN BAHASA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS NEGOSIASI DAN KEBERHASILAN WIRAUSAHA

Roni Subhan¹, Atika Dwi Pranata Sari^{2*}

¹Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

²Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Email Correspondence: atikadwips@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran penggunaan bahasa dalam meningkatkan efektivitas negosiasi dan keberhasilan wirausaha. Bahasa merupakan alat utama dalam menyampaikan gagasan, argumentasi, dan kebutuhan antar pihak yang terlibat dalam negosiasi. Penggunaan bahasa yang efektif dapat memengaruhi hasil negosiasi, membangun hubungan yang baik, meningkatkan penjualan, serta memperkuat identitas bisnis. Penelitian ini menggunakan metode analisis data sekunder dengan mengumpulkan informasi dari jurnal, buku, dan kajian pustaka lainnya yang relevan dari periode 2017-2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa memiliki peran dalam proses negosiasi dan keberhasilan wirausaha. Penggunaan bahasa yang tepat membantu mencapai tujuan negosiasi, menciptakan hubungan saling menguntungkan, serta meningkatkan citra dan reputasi bisnis. Kemampuan komunikasi melalui bahasa menjadi keterampilan penting bagi wirausaha dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis berkelanjutan. Untuk meningkatkan kemampuan negosiasi dan komunikasi, disarankan agar wirausaha terus mengasah keterampilan berkomunikasi, baik lisan maupun tertulis, melalui pelatihan dan kursus yang berfokus pada teknik negosiasi dan komunikasi efektif. Selain itu, penting untuk memperhatikan bahasa dalam interaksi bisnis, seperti presentasi, promosi, dan negosiasi, guna memastikan pesan diterima dengan baik oleh pihak lain.

Kata Kunci: Bahasa, Komunikasi, Negosiasi, Wirausaha.

ABSTRACT

This study aims to identify the role of language use in improving negotiation effectiveness and entrepreneurial success. Language is the main tool in conveying ideas, arguments, and needs between parties involved in negotiations. Effective use of language can influence the outcome of negotiations, build good relationships, increase sales, and strengthen business identity. This study uses a secondary data analysis method by collecting information from journals, books, and other relevant literature reviews from the 2017-2024 period. The results of the study show that language has a role in the negotiation process and entrepreneurial success. The use of appropriate language helps achieve negotiation goals, creates mutually beneficial relationships, and improves the image and reputation of the business. The ability to communicate through language is an important skill for entrepreneurs in achieving success and sustainable business growth. To improve negotiation and communication skills, it is recommended that entrepreneurs continue to hone their communication skills, both oral and written, through training and courses that focus on effective negotiation and communication techniques. Additionally, it's important to pay attention to language in business interactions, such as presentations, promotions, and negotiations, to ensure that the message is well received by the other party.

Keywords: Language, Communication, Negotiation, Entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Pada era yang sangat maju saat ini, peran komunikasi sangatlah penting dalam hal apapun. Komunikasi yang baik maka juga akan melancarkan kepentingan dengan baik. Di era globalisasi yang semakin berkembang pesat maka ilmu pengetahuan dan teknologi juga akan mengikuti perkembangannya dengan pesat. Dalam berbisnis sesungguhnya tidak dapat hanya mengandalkan sumber daya alam dan sumber daya insaninya saja, akan tetapi saat ini kemampuan berkomunikasi juga merupakan suatu indikator yang penting. (Fitriana, 2012)

Alat komunikasi yang utama adalah bahasa. Dimana bahasa merupakan suatu sistem yang digunakan oleh semua masyarakat saat bertutur, bekerja sama dan utamanya berkomunikasi. Utamanya yaitu bahasa Indonesia, bahasa Indonesia merupakan bahasa sehari-hari yang digunakan oleh masyarakat. Dengan bahasa manusia juga dapat menyampaikan pikiran dan perasaannya melalui komunikasi. Begitu juga dalam bernegosiasi komunikasi merupakan suatu kegiatan yang penting. (Dama, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNG)

Dalam dunia bisnis kita pasti juga akan melalui fase berdiskusi, negosiasi, memecahkan masalah dan juga berpromosi. Semua aktivitas tersebut juga pasti membutuhkan bahasa yang baik dan benar akan dapat menyalurkan pikiran ataupun perasaan, dengan bahasa yang baik juga akan melancarkan aktivitas bisnis utamanya dalam hal negosiasi antar wirausaha maupun konsumen.

Negosiasi pada dasarnya merupakan hal penting dalam dunia bisnis, dimana aktivitas tersebut dapat melibatkan beberapa pihak. Salah satu faktor yang dapat mendukung keberhasilan negosiasi yaitu dengan kemampuan berbahasa yang baik dan efektif. Akan tetapi dalam dunia bisnis negosiasi masih suatu hal yang menjadi tantangan, penyebabnya yaitu masih kurangnya bahasa yang digunakan atau komunikasi yang kurang tepat. Bahasa yang baik maka akan membangun komunikasi yang baik juga kepada pihak-pihak yang terlibat nantinya dan akan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. (Anom, 2004)

Dalam dunia bisnis, berbagai kepentingan yang melibatkan berbagai pihak tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, media komunikasi diperlukan sebagai sarana untuk menyampaikan kepentingan, dan negosiasi merupakan platform yang efektif untuk mengomunikasikan tujuan dan keinginan kita kepada pihak lain. Begitu juga dunia bisnis yang semakin mendunia maka tuntutan untuk sukses juga semakin kompleks, dimana dengan adanya suatu hal yang bermacam-macam untuk bekerjasama. Maka dari itu, kesalahan dalam hal negosiasi akan mengakibatkan hal fatal. (Anom, 2004)

Dalam dunia bisnis, masalah komunikasi sangat penting dan bisa mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan suatu usaha. Para pengusaha sering kesulitan menjelaskan dengan jelas visi dan misi bisnis mereka kepada karyawan, mitra bisnis, dan pelanggan. Jika komunikasi mengenai tujuan bisnis tidak jelas, bisa membuat kebingungan di tim dan menghambat mencapai tujuan bersama. Selain itu, kesalahan dalam memahami pesan atau gagal menyampaikan informasi dengan benar bisa menyebabkan keputusan yang salah dan potensi konflik di antara pihak yang terlibat.

Kemampuan berkomunikasi secara efektif dalam kehidupan sehari-hari dapat berdampak positif pada tingkat produktivitas dalam segala usaha. (Rakib, 2010). Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengasah keterampilan komunikasi, negosiasi, dan teknik komunikasi yang efektif, terutama bagi mereka yang baru memulai karir bisnis. Sebagai contoh, iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi bisnis yang

digunakan untuk menarik minat pelanggan. Dalam dunia bisnis, menjalin hubungan yang baik dengan mitra bisnis atau calon mitra bisnis sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang positif secara psikologis dan sosial. (Hanafiah, Ramdani, Rahmi, Khairunnisa, & Rizkyanfi, 2024)

Selain komunikasi, hal penting lain dalam kehidupan bisnis adalah negosiasi. Setiap hari tanpa kita sadari, kita selalu berada dalam situasi negosiasi. Kesuksesan seseorang dalam hidup sangat dipengaruhi oleh seberapa baik dia melakukan negosiasi. Di manapun, kapanpun dan dengan siapapun, kita pasti pernah melakukan negosiasi. (Tazkiya, Aldiansyah, Sonia, Saparingga, & Firmansyah, 2021). Beberapa penelitian sebelumnya telah mengungkapkan bahwa penggunaan bahasa yang efektif dapat memiliki dampak positif dalam negosiasi bisnis. Misalnya, teknik komunikasi yang efektif seperti mendengarkan secara aktif, mengajukan pertanyaan terbuka dan menggunakan bahasa yang jelas dan ringkas dapat meningkatkan efektivitas negosiasi. Selain itu, kesediaan untuk belajar dan meningkatkan kemampuan bahasa juga berperan penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis.

Selain itu, penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh (Niknik, 2019) berjudul “Penelitian model bahan ajar bahasa Indonesia berdasarkan tugas ranah komunikasi bisnis” menyatakan bahwa terdapat kesenjangan komunikasi karena perbedaan bahasa dan minimnya jumlah Bahan Ajar yang tersedia. Bahasa Indonesia yang memenuhi kebutuhan tenaga kerja asing di Indonesia. Penelitian ini akan berfokus terhadap masalah yang akan dibahas yaitu bagaimana penggunaan bahasa yang efektif dapat meningkatkan efektivitas negosiasi dan keberhasilan wirausaha. Dimana harapannya nanti akan memberikan pemahaman lebih dalam tentang permasalahan terkait.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana peran penggunaan bahasa dalam meningkatkan efektivitas negosiasi dan keberhasilan wirausaha. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode analisis data sekunder. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia yaitu hasil dokumentasi maupun publikasi orang lain, dengan artian penulis tidak menggali atau menghimpun data secara langsung dalam penelitiannya. Tetapi dengan mencari informasi dari sumber yang sudah ada, dapat menganalisis dan memeriksa hal-hal yang terkait dengan rumusan masalah yang telah ditentukan. Kemudian, penulis akan mencocokkan data yang di dapatkan dengan informasi yang dibutuhkan untuk melakukan penyesuaian. Maka dari itu peneliti mencari data dan referensi di website *google scholar*, *publish or perish* dan lainnya dengan menggunakan jurnal atau artikel nasional sebagai acuan penulisan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu dari sekian bentuk interaksi manusia yang digunakan untuk keperluan mendapatkan persetujuan atau kesepakatan bersama, dikenal dengan istilah negosiasi. Negosiasi merupakan suatu proses perundingan antara dua pihak atau lebih yang berbeda pendapat tentang suatu permasalahan yang membutuhkan kesepakatan bersama. Selain itu, negosiasi merupakan cara yang paling efektif untuk mengatasi dan menyelesaikan konflik atau perbedaan kepentingan.

Definisi dari negoisasi pada dasarnya telah banyak yang mengemukakan, tidak terdapat aturan dalam pengertian negoisasi. Negoisasi dapat berubah-ubah artinya atau maknanya sesuai pemahaman atau perspektif masing-masing pihak yang terlibat dalam negoisasi. (Nursolihah, 2020).

Secara sederhana, kata "negosiasi" berasal dari bahasa Latin "*Negotianus*" yang berarti melakukan bisnis. Dalam bahasa Inggris, kata "negosiasi" berasal dari "*to negotiating*" yang artinya mendiskusikan, merundingkan, tawar menawar, atau membicarakan suatu kondisi. Jadi, negosiasi pada dasarnya adalah proses diskusi atau perundingan untuk mencapai kesepakatan atau penyelesaian dalam berbagai situasi. Namun di sisi lain, negoisasi dapat di maknai dengan ijab kabul antara kedua pihak atau lebih dimana mereka melakukan tawar-menawar lalu menerima dan memberi segala hal yang nantinya harus disepakati atau disetujui bersama. (Tazkiya, Aldiansyah, Sonia, Saparingga, & Firmansyah, 2021).

Menurut pandangan para ahli lain, negosiasi merupakan suatu proses kompleks di mana setidaknya terdapat dua pihak yang memiliki persepsi, kebutuhan, dan motivasi yang berbeda berusaha untuk mencapai kesepakatan atau kesepakatan mengenai suatu hal dengan tujuan untuk memenuhi kepentingan bersama. Proses negosiasi melibatkan interaksi antara pihak-pihak yang terlibat, di mana mereka saling berkomunikasi, merundingkan, dan mencari solusi yang dapat memuaskan semua pihak yang terlibat. (Azwar, Sitorus, & Nesneri, 2024).

Dalam (Aster Pujaning Ati, 2015). Menyatakan bahwa menurut pandangan Hartman dalam Djoko Purwanto (2006:251), definisi negosiasi dapat bervariasi tergantung pada perspektif dari pihak yang terlibat dalam proses negosiasi. Dalam konteks ini, terdapat dua pihak utama yang terlibat dalam negosiasi, yaitu pembeli dan penjual. Secara jelasnya, negosiasi dapat dijelaskan sebagai suatu proses komunikasi antara dua pihak yang memiliki tujuan dan sudut pandang yang berbeda, namun berupaya untuk mencapai kesepakatan yang memuaskan kedua belah pihak terkait dengan isu yang sama.

Menurut definisi yang terdapat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, negosiasi dapat dijelaskan sebagai suatu proses interaksi kompleks yang melibatkan tawar-menawar melalui perundingan untuk mencapai kesepakatan bersama antara satu pihak dengan pihak lain. Dalam proses negosiasi, kedua pihak berusaha untuk mencapai titik temu yang menguntungkan dan memuaskan bagi kedua belah pihak, dengan mempertimbangkan kepentingan dan perspektif masing-masing. (Nurlaelasari, 2022)

Tujuan utama dari proses negosiasi adalah untuk mencapai sebuah keputusan atau kesepakatan yang adil dan dapat memuaskan harapan serta keinginan dari kedua belah pihak yang terlibat. Dengan berbagai strategi dan keterampilan berkomunikasi yang digunakan, negosiasi bertujuan untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat, sehingga menciptakan situasi di mana kepentingan dan keinginan dari kedua belah pihak dapat terpenuhi secara seimbang dan memuaskan. (Melinda, 2024)

Secara ringkas dapat dirumuskan bahwa negosiasi adalah proses perundingan antara para pihak yang berselisih atau berbeda pendapat tentang sesuatu permasalahan. Negosiasi melibatkan persuasi/bujukan untuk mencapai suatu maksud dan kompromi yang konstruktif/ membangun. Proses negosiasi juga merupakan sebuah proses komunikasi yang melibatkan emosi, persepsi, dan permainan kata-kata. Negosiasi antar perusahaan, antar kelompok, dan antar individu umumnya terjadi karena salah satu pihak

mempunyai sesuatu yang diinginkan pihak lain, dan pihak lain tersebut bersedia melakukan tawar-menawar untuk mendapatkannya. (Utami, 2017)

(Nurani & Yohanna, 2019) juga menyebutkan bahwa dalam proses negosiasi terdapat enam tahapan penting yang perlu dilakukan:

1. **Persiapan**, Tahap ini meliputi mengumpulkan informasi, menentukan tim negosiasi, dan berusaha untuk lebih mengenal profil pihak lawan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan dalam melakukan negosiasi.
2. **Kontak Pertama**, Tahap ini merupakan pertemuan langsung antara kedua belah pihak yang terlibat dalam negosiasi. Pada tahap ini, terjadi penilaian antara para negosiator dan biasanya muncul kesan pertama antara kedua belah pihak.
3. **Konfrontasi**, Tahap ini seringkali melibatkan adu argumentasi antara kedua pihak terkait dengan hal-hal yang sedang dinegosiasikan. Perbedaan pendapat dan potensi perdebatan dapat memanas dan kadang tidak terkendali karena emosi yang tidak terkendali.
4. **Konsiliasi**, Tahap ini melibatkan proses tawar-menawar untuk mencapai titik temu atau kesepakatan yang bermanfaat bagi kedua belah pihak, mirip dengan proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli.
5. **Solusi**, Pada tahap ini, kedua belah pihak mulai menerima dan memberi, serta mencari titik kesepakatan yang menguntungkan bagi keduanya. Para negosiator berupaya untuk menemukan solusi terbaik yang menguntungkan kedua belah pihak dengan sikap yang saling mendukung dan mencari solusi terbaik bersama.
6. **Pasca Negosiasi**, Tahap terakhir dari negosiasi adalah konsolidasi, di mana kedua belah pihak mengevaluasi apakah mereka benar-benar berkomitmen pada kesepakatan yang telah dicapai bersama. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa semua pihak mematuhi kesepakatan yang telah dibuat.

Inti dari tujuan negosiasi adalah mencapai solusi yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, di mana setiap pihak mendapatkan hasil yang diinginkan tanpa merasa dirugikan. Secara sederhana, tujuan dari negosiasi adalah: 1) mencapai kesepakatan; 2) menemukan solusi yang memuaskan; dan 3) mendapatkan keuntungan dari proses negosiasi tersebut.

Dalam negosiasi juga terdapat tujuan, tahap-tahap penting dan gaya negosiator. Maka dari itu, hal tersebut juga berhubungan dengan adanya komunikasi, komunikasi yang baik akan menciptakan efektifitas negosiasi. Dengan memperhatikan bahasa maka komunikasi saat negosiasi juga akan terjalin dengan baik. Negosiasi yang baik dan bagus juga akan berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha, karena sejatinya negosiasi dan komunikasi merupakan pengungkapan perasaan dan kepentingan terhadap beberapa pihak yang bersangkutan. (HAMDAN, RATNASARI, & HIRZI, 2015)

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan tercapai kesepahaman bersama, sedangkan negosiasi adalah suatu kegiatan yang terencana apa yang harus dicapai, bagaimana, dan dengan pengorbanan apa.

Seperti yang sering kita dengar, negosiasi dapat dijelaskan sebagai suatu proses kompleks di mana seseorang berupaya untuk mempengaruhi atau tidak mempengaruhi sikap serta perilaku individu lainnya. Dalam konteks ini, negosiasi melibatkan interaksi antara pihak-pihak yang berbeda dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan atau perubahan dalam sikap dan tindakan yang diambil.

1 Pada hakikatnya dalam suatu negosiasi perlu adanya komunikasi, entah itu lisan, bersedia memahami latar belakang, pola pemikiran dan karakter masing-masing, tetapi penting juga saling menyesuaikan diri. Negosiasi juga memiliki tujuan mengenai sasaran yang juga diikuti komunikasi yang efektif, maka dari itu juga terdapat beberapa tahapan penting yang harus diperhatikan. Seperti mengumpulkan fakta yang berhubungan dengan bisnis, memiliki rencana sebelum melakukan negosiasi, penyampaian atau tahap negosiasi dan terakhir evaluasi.

Kemampuan berkomunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan baik bagi individu maupun organisasi dalam menjaga eksistensi dan daya saing di tengah persaingan bisnis yang sangat sengit saat ini. Dalam konteks lingkungan bisnis yang penuh dengan persaingan yang ketat, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif menjadi kunci utama dalam mencapai kesuksesan dan mempertahankan posisi kompetitif.

Covey menjelaskan bahwa dalam membangun komunikasi yang efektif, terdapat lima prinsip dasar yang sangat penting. Prinsip-prinsip tersebut mencakup usaha untuk benar-benar memahami orang lain, kemampuan untuk memenuhi komitmen, keterampilan dalam menjelaskan harapan, kesiapan untuk meminta maaf dengan tulus jika melakukan kesalahan, dan kemampuan untuk menunjukkan integritas. (Utami, 2017).

Selain itu, untuk memberikan kesan yang positif, penting untuk menggunakan bahasa yang sopan, membuat permintaan dengan benar, dan menggunakan kalimat yang meyakinkan agar dapat menarik perhatian pihak lain agar mau membaca atau bahkan melanjutkan proses negosiasi. Komunikasi langsung melalui percakapan lisan akan membuat kedua belah pihak terlibat merasa lebih terlibat, baik itu melalui pertemuan tatap muka atau melalui pesan di media komunikasi. Melalui negosiasi yang dilakukan secara lisan, informasi dapat disampaikan dengan jelas, saling pengertian mengenai topik atau isu yang dibahas dapat tercapai, dan komitmen konstruktif dapat dibangun untuk mengatur jalannya proses negosiasi.

2 Hal terakhir yang perlu dilakukan dalam mengembangkan suatu komunikasi yang efektif adalah mendapatkan tanggapan dari orang lain untuk mengevaluasi sejauh mana informasi yang disampaikan telah berhasil diterima. Cara untuk mendapatkan tanggapan ini bisa dilakukan melalui riset pasar atau riset konsumen. Melalui riset pasar dan riset konsumen, pemasar dapat memahami dengan jelas siapa konsumen mereka, yang mana informasi ini dapat menjadi dasar untuk merancang strategi pemasaran yang lebih baik di masa depan.

Bahasa memiliki peran yang sangat penting dalam konteks negosiasi. Dalam sebuah negosiasi, bahasa menjadi alat utama untuk menyampaikan gagasan, argumentasi dan kebutuhan antara pihak-pihak yang terlibat. Kemampuan menggunakan bahasa yang tepat dan efektif dapat memengaruhi hasil dari proses negosiasi. Bahasa yang jelas dapat membantu mempengaruhi pemahaman, persepsi, dan keputusan para pihak dalam negosiasi. (Arrasyid, 2024).

Selain itu, bahasa juga berperan dalam membangun hubungan antara pihak-pihak yang terlibat dalam negosiasi. Penggunaan bahasa yang baik dan jelas dapat membantu menciptakan suasana yang saling pengertian di antara para negosiator. Bahasa yang digunakan dengan baik juga dapat membantu menciptakan rasa saling menghargai dan membangun kepercayaan di antara pihak-pihak yang berunding.

Pemilihan kata yang tepat juga bisa memengaruhi hubungan kekuasaan dalam negosiasi. Dengan menggunakan kata-kata yang tepat, seorang negosiator bisa

mendapatkan keuntungan dalam berkomunikasi, mengubah pandangan orang lain, dan menangani masalah yang mungkin muncul. Dengan demikian, bahasa tidak hanya sebagai cara untuk berbicara, tetapi juga sebagai strategi untuk mencapai tujuan dan sukses dalam proses negosiasi.

Pentingnya bahasa dalam negosiasi juga terlihat dalam kemampuannya untuk menciptakan pemahaman dan kesepahaman di antara pihak-pihak yang saling berunding. Bahasa yang digunakan dengan baik dapat membantu mengatasi hambatan komunikasi, mengklarifikasi kebutuhan dan harapan, serta mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Dengan demikian, bahasa memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk hasil dan keberhasilan dari suatu negosiasi.

Bahasa memainkan peran krusial dalam negosiasi dan keberhasilan wirausaha. Dalam konteks negosiasi, penggunaan bahasa yang tepat dapat memengaruhi hasil kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat. Bahasa yang jelas, persuasif, dan taktis dapat membantu mencapai tujuan negosiasi dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Selain itu, bahasa juga berperan dalam membangun citra dan reputasi bisnis, karena penggunaan bahasa yang profesional dan sesuai dengan konteks dapat meningkatkan kepercayaan dan kesan positif terhadap wirausaha. (Hanafiah, Ramdani, Rahmi, Khairunnisa, & Rizkyanfi, 2024)

Bahasa juga Memiliki peran yang penting dalam dunia bisnis, terutama dalam menarik minat investor dan aktivitas promosi, penggunaan bahasa yang tepat dan benar merupakan kunci utama bagi pemilik bisnis. Dengan berkomunikasi dengan bahasa yang baik, seorang pengusaha bisa membuat investor lebih tertarik dan percaya pada usahanya, serta meningkatkan reputasi dan kredibilitas bisnisnya. Selain itu, penggunaan bahasa yang baik juga dapat meningkatkan efektivitas promosi, menarik perhatian pelanggan, dan mencegah penyebaran informasi yang salah. Dengan demikian, pentingnya penggunaan bahasa yang tepat dan benar dalam bahasa Indonesia dapat berdampak langsung pada kesuksesan sebuah bisnis. (Adawiyah, S. R., & D. A., & Fitria, S., 2024)

Bahasa memainkan peran yang sangat vital dalam proses negosiasi karena komunikasi yang efektif dan lancar sangat diperlukan. Dalam situasi negosiasi, pentingnya adalah bagaimana setiap pihak dapat menyampaikan pendapat mereka dengan jelas dan bagaimana kesepakatan yang saling menguntungkan bisa dicapai. Oleh karena itu, kelancaran komunikasi sangat penting agar semua pihak dapat saling memahami dengan baik dan menghindari terjadinya kesalahpahaman yang dapat menghambat proses negosiasi. (Pradani, et al., 2024)

Dalam keberhasilan wirausaha, bahasa juga memegang peranan penting dalam berbagai aspek bisnis. Komunikasi yang efektif melalui bahasa dapat membantu wirausaha menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan. Penggunaan bahasa yang tepat dalam pemasaran, presentasi, dan negosiasi penjualan dapat meningkatkan daya tarik produk atau layanan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan. Bahasa yang digunakan dalam branding dan identitas bisnis juga dapat membantu membedakan bisnis dari pesaing dan membangun kesan yang positif di mata konsumen.

Selain itu, dalam konteks negosiasi bisnis, kemampuan menggunakan bahasa yang efektif dapat menjadi kunci kesuksesan wirausaha. Negosiasi yang berhasil membutuhkan kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik, memahami kebutuhan dan kepentingan pihak lain, serta menghasilkan kesepakatan yang saling menguntungkan. Penggunaan bahasa yang persuasif, kolaboratif, dan empatik dapat membantu wirausaha

mencapai kesepakatan yang menguntungkan dan membangun hubungan yang langgeng dengan mitra bisnis.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peran bahasa dalam negosiasi dan keberhasilan wirausaha sangat signifikan. Penggunaan bahasa yang tepat dan efektif dapat memengaruhi hasil negosiasi, membangun hubungan yang baik, meningkatkan penjualan, dan memperkuat identitas bisnis. Oleh karena itu, kemampuan berkomunikasi dengan baik melalui bahasa merupakan keterampilan yang sangat berharga bagi wirausaha dalam mencapai keberhasilan dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa bahasa memegang peran yang sangat penting dalam proses negosiasi dan keberhasilan wirausaha. Penggunaan bahasa yang tepat dan efektif dapat memengaruhi hasil dari proses negosiasi, membangun hubungan yang baik, meningkatkan penjualan, serta memperkuat identitas bisnis. Kemampuan berkomunikasi dengan baik melalui bahasa merupakan keterampilan yang sangat berharga bagi wirausaha dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi setiap wirausaha untuk memperhatikan penggunaan bahasa yang baik dan tepat dalam segala aspek bisnis mereka.

Kesimpulannya, penting bagi para negosiator dan wirausaha untuk memperhatikan penggunaan bahasa yang tepat dan efektif dalam setiap tahapan negosiasi. Dengan berkomunikasi dengan baik, jelas, dan persuasif, proses negosiasi dapat berjalan lancar dan menghasilkan kesepakatan yang memuaskan semua pihak. Selain itu, kemampuan berkomunikasi yang baik juga dapat membantu wirausaha dalam membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan, serta meningkatkan daya saing dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan.

Untuk itu, disarankan agar para pelaku bisnis dan negosiator terus mengasah kemampuan berkomunikasi mereka, memperhatikan penggunaan bahasa yang tepat, dan mengedepankan prinsip-prinsip komunikasi yang efektif dalam setiap interaksi bisnis dan negosiasi. Dengan demikian, mereka dapat mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin ketat. Pelatihan dan kursus yang fokus pada teknik negosiasi dan komunikasi efektif dapat menjadi investasi yang berharga bagi pengembangan karir dan bisnis mereka. Selain itu, penting untuk selalu memperhatikan bahasa yang digunakan dalam setiap interaksi bisnis, termasuk dalam presentasi, promosi, dan negosiasi, guna memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pihak lain. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, wirausaha dapat meningkatkan kualitas komunikasi dan negosiasi mereka, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kesuksesan bisnis mereka.

UACAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu serta memberi dukungan terhadap penulisan ini, utamanya kepada diri sendiri yang telah berusaha melakukan penulisan ini dengan ikhlas. Tidak lupa juga kepada Bapak Dr. H. Roni Subhan, S.Pd., M.Pd. selaku dosen yang telah memberikan dukungan dan pengetahuan dalam penulisan ini baik itu materi pengetahuan maupun finansial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, S. R., K., & D. A., & Fitria, S. (2024). Peran Dan Fungsi Bahasa Sebagai Komponen Utama Dalam Komunikasi Bisnis. *Jurnal Pendidikan Islam dan Manajemen Ekonomi*, 2(1).
- Anom, E. (2004). KOMUNIKASI DALAM NEGOSIASI BISNIS. *Jurnal Komunikologi Vol. 1 No. 2*.
- Arrasyid, M. I. (2024). Memahami Seni Negosiasi: Definisi, Elemen, Tipe, dan Proses.
- Aster Pujaning Ati, S. M. (2015). KETERAMPILAN BERBICARA DALAM NEGOSIASI. *Journal Applied Buisness and Economics*.
- Azwar, Sitorus, S. H., & Nesner, Y. (2024). SEMANGAT WIRAUSAHA: PERAN PENGETAHUAN WIRAUSAHA DAN MOTIVASI. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan. Vol 7, No. 1*.
- Dama, H. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNG). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI DALAM BISNIS.
- Fitriana, I. (2012). MENGUASAI BAHASA INGGRIS: BEKAL POTENSIAL DALAM PENGEMBANGAN WIRAUSAHA. *Prosiding Seminas Competitive Advantage*, 1(2).
- HAMDAN, Y., RATNASARI, A., & HIRZI, A. T. (2015). KEMAMPUAN NEGOSIASI PENGUSAHA DALAM MENINGKATKAN KESEPAKATAN BISNIS. *MIMBAR*.
- Hanafiah, A. L., Ramdani, F. A., Rahmi, L. H., Khairunnisa, R. N., & Rizkyanfi, M. W. (2024). MEMBANGUN KONEKSI INDIVIDU: STRATEGI BERBAHASA INDONESIA SEBAGAI ALAT PENTING KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI TEMPAT KERJA. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*.
- Melinda, T. &. (2024). STRATEGI NEGOSIASI YANG EFEKTIF DALAM LINGKUNGAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN KESEPAKATAN BISNIS DI ERA DIGITAL. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(2).
- Nugraha, M. A., Wahid, K., & Darussalam, H. (Mei 2023). PEMBERIAN DANA PROGRAM KELUARGA HARAPAN (PKH) DI KECAMATAN MANNA DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM. *AT-TASHARRUF: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 1, Nomor 1*.
- Nurani, S., & Yohanna, L. (2019). STRATEGI PENGAJARAN BAHASA NIAGA DALAM PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI LINGKUNGAN RT. 01 RW. 04 KELURAHAN CILANGKAP KECAMATAN CIPAYUNG JAKARTA TIMUR. *Simposium Nasional Ilmiah dengan tema: (Peningkatan Kualitas Publikasi Ilmiah melalui Hasil Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat)*.
- Nurlaelasari, L. (2022). PENINGKATAN KEMAMPUAN MENGEVALUASI DAN MENYAMPAIKAN ISI TEKS NEGOSIASI DENGAN MENGGUNAKAN MODEL PEMBELAJARAN THINK TALK WRITE (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas X ATPH SMK Al-Masturiyah Langkaplancar Tahun Ajaran. *Doctoral Disertasion, Universitas Siliwangi*.
- Nursolihah, M. (2020). Analisis karakteristik khusus teks negosiasi. *LITERASI: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah*, 10(1), 24-41.
- Pradani, S. P., Wardani, P. A., Afifah, N. N., Sahesti, I., Tiva, K., & Arum, D. P. (2024). Komunikasi Lintas Budaya : Strategi Pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam Pertemuan Bisnis. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia Vol: 1, No 1*.

- Rakib, M. (2010). PENGARUH MODEL KOMUNIKASI WIRAUSAHA, PEMBELAJARAN WIRAUSAHA, DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA KECIL. *Jurnal Ilmu Pendidikan, Jilid 17, Nomor 2*.
- Tazkiya, A., Aldiansyah, M., Sonia, G., Saparingga, H. S., & Firmansyah, R. (2021). MERAH KEBERHASILAN NEGOSIASI BISNIS MELALUI KETERAMPILAN BERKOMUNIKASI .
- Utami, F. I. (2017). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI NEGOSIASI DALAM BISNIS. *Komunike, Volume ix, No. 2, .*