

PERAN STRATEGI GAYA KOMUNIKASI DALAM NEGOSIASI GLOBAL: MEMBANGUN KEPERCAYAAN PADA KEMITRAAN BISNIS INTERNASIONAL

¹Maria Solfayanti, ²Suhendi

^{1,2}*UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia*

Email: mariafyn789@gmail.com

Abstract

The rapid development of modern business in the era of globalization, brings a deep understanding of negotiation communication style strategies in the success of international business partnerships, especially in facing the challenges of cross-cultural negotiations that often occur. This study aims to analyze how effective negotiation communication style strategies are in achieving successful international business partnerships. The study also shows that effective communication styles, including the ability to listen, adapt to the partner's culture and build interpersonal relationships, contribute significantly to reaching mutual agreements. Through an in-depth literature review approach from a variety of reliable sources, including scholarly journals, books and research reports relevant to cross-cultural communication, international negotiation and communication styles, it has been found that communication styles that are adaptive, empathetic and based on local cultural understanding are highly influential to the negotiation process. This knowledge provides important findings for business practitioners in designing better negotiation strategies in the global market and highlights the importance of communication training for negotiation teams. This research is expected to be referred to by scholars and practitioners in developing more effective communication approaches in a global context.

Keywords: Communication, Negotiation Strategy, Business Trust, International Partnerships, Cross-Cultural Negotiation.

Abstrak

Semakin berkembang pesatnya bisnis modern dalam era globalisasi, membawa pemahaman mendalam terhadap strategi gaya komunikasi negosiasi dalam keberhasilan kemitraan bisnis internasional, terutama dalam menghadapi tantangan negosiasi lintas budaya yang sering kali terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi gaya komunikasi negosiasi yang efektif dalam membangun kepercayaan pada kemitraan bisnis internasional. Studi ini juga menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang efektif, termasuk kemampuan untuk mendengarkan, beradaptasi dengan budaya mitra dan membangun hubungan interpersonal, berkontribusi secara signifikan untuk mencapai kesepakatan bersama. Melalui metode pendekatan studi literatur mendalam dari berbagai sumber terpercaya, termasuk jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian yang relevan dengan komunikasi lintas budaya, negosiasi internasional, dan gaya komunikasi, telah ditemukan hasil penelitian bahwa gaya komunikasi yang adaptif, empatik, dan berbasis pada pemahaman budaya lokal sangat berpengaruh terhadap proses negosiasi. Pengetahuan ini memberikan temuan penting bagi para praktisi bisnis dalam merancang strategi negosiasi yang lebih baik di pasar global dan menyoroti pentingnya pelatihan komunikasi untuk tim negosiasi. Penelitian ini diharapkan akan dirujuk oleh para sarjana dan praktisi dalam mengembangkan pendekatan komunikasi yang lebih efektif dalam konteks global.

Kata Kunci: Komunikasi, Strategi Negosiasi, Kepercayaan Bisnis, Kemitraan Internasional, Negosiasi Lintas Budaya.

PENDAHULUAN

Kemitraan bisnis internasional dalam era globalisasi ini merupakan salah satu strategi utama perusahaan untuk memperluas pasar mereka dan meningkatkan daya saing mereka. Proses kemitraan bisnis ini seringkali melibatkan negosiasi yang rumit, di mana berbagai pihak mitra yang berbeda berinteraksi dengan latar belakang budaya, ekonomi, dan sosial yang berbeda juga. Tidak hanya aspek teknis dan keuangan yang menjadi ketentuan atas keberhasilan negosiasi, tetapi efektivitas komunikasi antar pihak juga sangat bergantung pada keberhasilan negosiasi ini. Dengan demikian, faktor penting yang dapat mempengaruhi kepercayaan kemitraan bisnis internasional adalah gaya komunikasi negosiasi (Brett, 2007).

Gaya komunikasi dalam negosiasi dapat dibagi menjadi berbagai macam yaitu, kolaboratif, kompetitif, dan kompromi. Gaya kolaboratif berfokus pada sikap untuk bekerja sama dan menciptakan solusi yang bermanfaat bagi kedua belah pihak dalam memperkuat hubungan jangka panjang, mencapai kesepakatan yang adil, dan menghasilkan perjanjian yang memuaskan untuk semua pihak. Sedangkan gaya kompetitif menekankan pada pencapaian tujuan individu yang dapat menyebabkan ketegangan dan konflik dalam hubungan bisnis (Fisher dan Ury, 2011). Oleh karena itu, faktor kunci dalam mencapai hasil negosiasi yang optimal adalah dengan memilih gaya komunikasi yang tepat.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa penggunaan gaya komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan dan pemahaman di antara mitra bisnis. Menurut Tinsley (2001), komunikasi yang terbuka dan transparan dalam negosiasi dapat menciptakan suasana yang berguna untuk diskusi konstruktif. Berhubungan dengan bisnis internasional, pola komunikasi dapat dipengaruhi oleh perbedaan budaya dan latar belakang sehingga memahami gaya komunikasi yang tepat menjadi faktor yang semakin penting dalam bisnis internasional. Pemahaman ini memungkinkan bisnis untuk mengembangkan strategi negosiasi yang lebih adaptif dan kontradiktif untuk kebutuhan mitra bisnis mereka.

Namun dalam semua situasi negosiasi, tidak semua gaya komunikasi berlaku secara universal. Olekalns dan Smith (2009) menyatakan bahwa perjanjian biasanya sulit dicapai dengan karakteristik negosiator dan mitra bisnis yang tidak dapat menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan konteks. Oleh karena itu, mengembangkan keterampilan komunikasi yang fleksibel dan beradaptasi dengan berbagai situasi negosiasi menjadi hal penting bagi bisnis. Kemampuan ini tidak hanya meningkatkan kemungkinan negosiasi yang sukses, tetapi juga memperkuat hubungan bisnis dalam jangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi negosiasi global dalam membangun kepercayaan terhadap kemitraan bisnis internasional. Dengan mengidentifikasi berbagai gaya komunikasi yang digunakan dalam negosiasi, kami berharap bahwa penelitian ini akan menemukan model yang menguntungkan dalam desain strategi komunikasi yang lebih efektif. Hasil yang dicapai dari penelitian ini harus memiliki keterlibatan pada pengembangan teori komunikasi dalam konteks perusahaan internasional dan memberikan wawasan praktis serta membuka peluang untuk lebih mengeksplorasi hubungan antara komunikasi dan negosiasi di bidang bisnis internasional.

METODOLOGI

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur untuk menganalisis peran strategi gaya komunikasi dalam negosiasi global. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dan dianalisis dari berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk artikel jurnal, buku, dan laporan penelitian di mana topik komunikasi, negosiasi dan kemitraan bisnis dibahas. Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pencarian sistematis dalam database akademik seperti Google Cendekia dengan menggunakan kata kunci dari perspektif komunikasi dan negosiasi internasional. Sumber yang dipilih berdasarkan kriteria inklusi seperti relevansi, kualitas, dan publikasi selama dekade terakhir untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh terkini dan dapat diandalkan.

Setelah pengumpulan data, analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan sintesis tematik. Dalam pendekatan ini, diidentifikasi topik-topik utama yang muncul dari literatur yang ada, seperti jenis-jenis gaya komunikasi dalam negosiasi dan dampaknya pada keberhasilan kemitraan. Penelitian ini melakukan analisis penting dari hasil yang ada dan membandingkan hasil dari berbagai sumber untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang hasil negosiasi dan membangun kepercayaan pada kemitraan bisnis internasional.

KAJIAN LITERATUR

Kemitraan bisnis di tingkat internasional adalah salah satu strategi yang diambil perusahaan untuk mengembangkan pasar dan meningkatkan kompetitifitas mereka. Keberhasilan dari kemitraan tersebut dipengaruhi oleh dua elemen utama, yaitu komunikasi dan negosiasi. Cara komunikasi yang diterapkan dalam proses negosiasi dapat berdampak pada hubungan antara mitra bisnis dan hasil dari perjanjian yang dicapai. Dengan demikian, tujuan dari studi ini adalah untuk mengkaji peran strategi gaya komunikasi dalam negosiasi global.

Konsep gaya komunikasi dalam negosiasi

Gaya berkomunikasi dalam negosiasi dapat dijelaskan sebagai metode interaksi antara orang atau kelompok untuk menyampaikan informasi, mengungkapkan pandangan, dan menemukan solusi bersama. Fisher dan Ury (1981) menyatakan bahwa negosiasi yang sukses mencakup komunikasi yang transparan dan jujur, sehingga kedua pihak dapat saling memahami keinginan dan kepentingan masing-masing.

Jenis Gaya Komunikasi negosiasi dapat dibagi menjadi berbagai jenis, termasuk:

1. Komunikasi Langsung: Gaya ini ditandai dengan penyediaan informasi yang jelas dan solid. Komunikasi langsung menjadi lebih efektif dalam situasi di mana waktulah yang menjadi faktor krusial sehingga kedua belah pihak dapat memahami konteks negosiasi dengan cara yang sama.
2. Komunikasi Tidak Langsung: Gaya ini sering melibatkan informasi implisit yang disampaikan melalui informasi atau konteks. Gaya ini lebih umum dalam budaya yang memprioritaskan hubungan interpersonal dan keharmonisan, seperti budaya Asia.
3. Komunikasi persuasif: Gaya ini melibatkan upaya untuk menjanjikan pihak lain melalui diskusi logis dan emosional. Sehubungan dengan negosiasi, kemampuan untuk mempengaruhi dan menjamin sangat penting untuk mencapai perjanjian yang saling menguntungkan.

Teori komunikasi dalam negosiasi

Beberapa teori komunikasi dapat digunakan untuk memahami dinamika komunikasi dalam negosiasi bisnis internasional.

1. Model Shannon Weaver

Shannon Weaver Model (1949) merupakan salah satu model komunikasi paling awal dan paling sering digunakan. Model ini menggambarkan proses komunikasi sebagai serangkaian langkah yang mempengaruhi pengirim, berita, saluran, penerima, dan umpan balik. Dalam konteks negosiasi, model ini menunjukkan kekuatan berita dan umpan balik, memastikan bahwa kedua belah pihak saling memahami.

2. Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead menekankan pentingnya makna yang dibangun melalui interaksi sosial. Dalam negosiasi, pentingnya pesan yang dikirim berbeda secara sosial dari konteks budaya. Oleh karena itu, memahami latar belakang budaya mitra bisnis sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman.

Faktor -faktor yang mempengaruhi keberhasilan kemitraan bisnis internasional

Keberhasilan kemitraan bisnis internasional dipengaruhi tidak hanya oleh gaya komunikasi tetapi juga oleh berbagai faktor lain seperti:

1. Budaya

Budaya memainkan peran penting dalam komunikasi dan negosiasi. Menurut Hofstede (1980), perbedaan budaya dapat mempengaruhi cara individu berkomunikasi, bernegosiasi dan membangun hubungan. Misalnya, dalam hubungan interpersonal lebih disukai dalam budaya kolektivistis seperti Jepang, dibandingkan dengan hasil negosiasi itu sendiri.

2. Kepercayaan

Kepercayaan antara mitra bisnis juga merupakan komponen kunci dari kemitraan yang sukses. Menurut Doney dan Cannon (1997), kepercayaan dapat mengurangi aksi dan meningkatkan kerja sama di antara mitra. Gaya komunikasi yang terbuka dan transparan membantu membangun kepercayaan ini.

3. Strategi komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan dalam negosiasi juga dapat memengaruhi hasil. Menurut Lewicki et al. (2011) Strategi adaptif dan respons terhadap kebutuhan dan minat mitra dapat meningkatkan peluang untuk mencapai kontrak yang saling menguntungkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi dalam negosiasi berpengaruh besar dalam membangun kepercayaan pada kemitraan bisnis internasional. Di tengah proses globalisasi yang semakin maju, perusahaan harus menghadapi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan beragam budaya dan metode komunikasi. Analisis yang dilakukan mengungkapkan bahwa gaya komunikasi yang bersifat kolaboratif, yang menekankan kerja sama dan pencarian solusi yang saling menguntungkan, lebih efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dibandingkan dengan pendekatan komunikasi yang bersifat kompetitif yang dapat

menimbulkan konflik. Temuan ini sejalan dengan pendapat Brett (2007) yang menyatakan bahwa komunikasi yang baik sangat penting untuk mencapai kesepakatan dalam negosiasi internasional. Pendekatan komunikasi kolaboratif tidak hanya meningkatkan peluang tercapainya kesepakatan, tetapi juga memperkuat hubungan interpersonal yang penting dalam lingkungan bisnis global.

Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa komunikasi yang jujur dan terbuka dapat memperkuat rasa saling percaya antara rekan bisnis. Rasa percaya ini sangat krusial dalam kerjasama internasional, di mana perbedaan budaya dan nilai dapat mempengaruhi cara interaksi. Doney dan Cannon (1997) menggarisbawahi bahwa kepercayaan yang dibangun melalui komunikasi yang jelas dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kerja sama. Dalam praktiknya, perusahaan yang menjalankan metode komunikasi yang terbuka akan lebih mampu menciptakan hubungan yang kokoh dan saling menguntungkan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang baik tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga membangun kepercayaan yang dapat mendukung keberhasilan dalam jangka panjang.

Dalam usaha untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan, pendekatan komunikasi yang persuasif terbukti sangat efektif. Pendekatan ini mencakup kemampuan untuk mempengaruhi dan meyakinkan pihak lain dengan menggunakan argumentasi yang rasional dan emosional. Fisher dan Ury (1981) menyampaikan bahwa negosiator yang bisa menyesuaikan diri dengan cara komunikasi lawan mereka biasanya lebih berhasil dalam meraih kesepakatan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan dan keinginan mitra sangat penting untuk menciptakan solusi yang inovatif dan saling menguntungkan. Oleh karena itu, negosiator yang mahir dalam menerapkan gaya komunikasi persuasif dapat meningkatkan peluang untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Penyelesaian konflik juga menjadi aspek penting dalam negosiasi internasional. Gaya komunikasi yang konstruktif, yang berfokus pada kolaborasi dan pencarian solusi, dapat membantu meredakan ketegangan dan mencapai konsensus. Thomas dan Kilmann (1974) berpendapat bahwa pendekatan kolaboratif dalam menghadapi konflik akan menghasilkan hasil yang lebih baik. Penelitian ini menegaskan bahwa kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dalam situasi konflik sangat penting untuk menjaga hubungan dan mencapai kesepakatan yang diinginkan. Dalam konteks ini, negosiator yang mampu mengelola konflik dengan baik akan lebih berhasil dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan mitra bisnis mereka.

Budaya juga memainkan peran penting dalam menentukan gaya komunikasi yang efektif. Penelitian ini menemukan bahwa perbedaan budaya dapat mempengaruhi cara individu berkomunikasi dan bernegosiasi. Hofstede (1980) menunjukkan bahwa budaya kolektivistis, seperti di Jepang, lebih mengutamakan hubungan interpersonal dibandingkan dengan hasil negosiasi itu sendiri. Oleh karena itu, pemahaman tentang konteks budaya mitra bisnis sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman dan meningkatkan efektivitas komunikasi. Negosiator yang peka terhadap perbedaan budaya akan lebih mampu menyesuaikan gaya komunikasi mereka, sehingga dapat meningkatkan peluang kepercayaan dalam negosiasi.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa cara komunikasi yang tidak langsung atau membingungkan dapat menghambat jalannya negosiasi. Dalam konteks bisnis global, penggunaan bahasa yang tepat dan penyampaian informasi yang jelas sangat krusial untuk menghindari ambiguitas yang merugikan. Cara komunikasi yang kurang efektif dapat

menimbulkan kebingungan dan kesulitan dalam memahami, yang pada akhirnya mengurangi peluang untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, sangat penting bagi para negosiator untuk menjauhi cara komunikasi yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan berfokus pada penyampaian informasi yang tegas dan jelas.

Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya pelatihan komunikasi untuk tim negosiasi. Dengan meningkatkan keterampilan komunikasi, perusahaan dapat mempersiapkan tim mereka untuk menghadapi tantangan yang mungkin timbul selama proses negosiasi. Pelatihan ini harus mencakup pemahaman tentang berbagai gaya komunikasi, teknik negosiasi, dan cara beradaptasi dengan perbedaan budaya. Dengan demikian, tim negosiasi yang terlatih akan lebih mampu merespons kebutuhan dan minat mitra bisnis, sehingga meningkatkan peluang untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi bisnis dalam merancang strategi negosiasi yang lebih baik di pasar global. Temuan ini menyoroti pentingnya pelatihan komunikasi untuk tim negosiasi, serta perlunya adaptasi terhadap perbedaan budaya dalam komunikasi. Dengan memahami dan menerapkan gaya komunikasi yang tepat, perusahaan dapat menumbuhkan peluang kepercayaan dalam kemitraan bisnis internasional, yang pada gilirannya akan memperkuat daya saing mereka di pasar global. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para akademisi dan praktisi dalam mengembangkan pendekatan komunikasi yang lebih efektif dalam konteks global.

Dengan semakin kompleksnya dinamika pasar global, penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi gaya komunikasi, seperti teknologi komunikasi modern dan dampaknya terhadap interaksi bisnis. Dengan demikian, pemahaman yang lebih mendalam tentang komunikasi dalam konteks bisnis internasional akan membantu perusahaan untuk lebih siap menghadapi tantangan di masa depan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis secara mendalam strategi gaya komunikasi dalam negosiasi yang berpengaruh terhadap kepercayaan pada kemitraan bisnis internasional, sebagaimana telah menjadi fokus utama dalam Bab Pendahuluan. Temuan dan pembahasan menunjukkan bahwa penggunaan gaya komunikasi yang efektif, seperti pendekatan kolaboratif dan persuasif, memberikan kontribusi besar dalam membangun hubungan yang solid serta mencapai kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak. Studi ini juga menyoroti pentingnya penerapan komunikasi terbuka dan transparan dalam membentuk kepercayaan antara mitra bisnis, serta memperlihatkan bahwa perbedaan budaya memiliki peran dalam membentuk pola komunikasi dan proses negosiasi. Oleh karena itu, keselarasan antara tujuan awal penelitian dan hasil yang dicapai menunjukkan bahwa pemahaman yang komprehensif terhadap gaya komunikasi mampu meningkatkan keberhasilan dalam menjalin kemitraan bisnis internasional.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan gaya komunikasi kolaboratif tidak hanya memfasilitasi pencapaian kesepakatan, tetapi juga memperkuat hubungan antarindividu yang memiliki peranan vital dalam dunia bisnis internasional. Hasil ini memperkuat temuan dari penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif adalah elemen penting

dalam mencapai kesuksesan dalam negosiasi global. Di sisi lain, metode komunikasi persuasif terbukti mampu menghasilkan kesepakatan yang saling menguntungkan, karena kemampuan untuk mempengaruhi dan meyakinkan pihak lain melalui penyampaian argumen yang rasional dan emosional menjadi sangat penting. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan kepentingan mitra untuk menghasilkan solusi inovatif yang menguntungkan kedua pihak.

Prospek pengembangan hasil penelitian ini dapat diarahkan pada eksplorasi lebih lanjut mengenai faktor faktor lain yang mempengaruhi gaya komunikasi, seperti teknologi komunikasi modern dan dampaknya terhadap interaksi bisnis. Di era digital yang semakin berkembang, pemanfaatan teknologi dalam komunikasi bisnis menjadi semakin penting, dan penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi bagaimana alat komunikasi digital dapat mempengaruhi gaya komunikasi dan hasil negosiasi. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang untuk mengkaji peran pelatihan dalam meningkatkan keterampilan negosiasi tim, sehingga perusahaan dapat lebih siap menghadapi tantangan yang mungkin timbul selama proses negosiasi.

Penerapan dari hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan praktis bagi perusahaan dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih fleksibel dan cepat dalam bereaksi terhadap perubahan di pasar internasional. Dengan mengenali dan menggunakan gaya komunikasi yang sesuai, perusahaan memiliki peluang lebih tinggi untuk berhasil dalam kemitraan bisnis global, yang selanjutnya akan meningkatkan daya saing mereka di pasar internasional. Penelitian ini memberikan sumbangan tidak hanya pada aspek teoritis dalam kajian komunikasi lintas budaya dan negosiasi internasional, tetapi juga menawarkan panduan praktis bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan efektivitas komunikasi mereka dalam konteks global.

Pada akhirnya diharapkan bahwa penelitian ini bisa menjadi sumber yang berharga bagi akademisi dan praktisi dalam menciptakan metode komunikasi yang lebih efektif di lingkungan global. Dengan dinamika pasar global yang kian rumit, perusahaan perlu terus menyempurnakan strategi komunikasi yang dapat disesuaikan dan cepat merespons perubahan. Penelitian di masa depan dapat menyelidiki faktor-faktor lain yang mempengaruhi cara berkomunikasi, serta bagaimana perubahan sosial dan budaya berdampak pada hubungan bisnis. Dengan cara ini, pemahaman yang lebih baik tentang komunikasi dalam dunia bisnis internasional akan memungkinkan perusahaan untuk lebih siap dalam menghadapi tantangan yang akan datang dan memanfaatkan peluang yang tersedia.

REFERENSI

1. Brett, J. M. (2007). *Negotiating globally: How to negotiate deals, resolve disputes, and make decisions across cultural boundaries*. John Wiley & Sons. Diambil dari [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=6_8W6YYb9OcC&oi=fnd&pg=PR7&dq=Brett,+JM+\(2007\)&ots=ISMS4LQ8Hx&sig=3rMCWlrV7LS1BACBluWaY8Sx1gQ](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=6_8W6YYb9OcC&oi=fnd&pg=PR7&dq=Brett,+JM+(2007)&ots=ISMS4LQ8Hx&sig=3rMCWlrV7LS1BACBluWaY8Sx1gQ)
2. Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). *An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships*. *Journal of marketing*, 61(2), 35-51. Diambil dari <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224299706100203>

3. Fisher, R., Ury, W. L., & Patton, B. (2011). *Getting to yes: Negotiating agreement without giving in*. Penguin. Diambil dari [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=W89fHCJZrcwC&oi=fnd&pg=PR3&dq=Fisher,+R.,+%26+Ury,+W.+\(2011\)&ots=a smNG3OPt&sig=D-Ef9cp1cq1sSnQ9sdhKySPjGj8](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=W89fHCJZrcwC&oi=fnd&pg=PR3&dq=Fisher,+R.,+%26+Ury,+W.+(2011)&ots=a smNG3OPt&sig=D-Ef9cp1cq1sSnQ9sdhKySPjGj8)
4. Ghauri, P. N., & Usunier, J. C. (Eds.). (2003). *International business negotiations*. Emerald Group Publishing. Diambil dari [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=YdLV7JpM-90C&oi=fnd&pg=PR9&dq=Ghauri,+P.+N.,+%26+Usunier,+J.+C.+\(2003\)&ots=bBFKX7kpKZ&sig=AqcbjRK2PjdYknyzUJwgmcko-6Y](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=YdLV7JpM-90C&oi=fnd&pg=PR9&dq=Ghauri,+P.+N.,+%26+Usunier,+J.+C.+(2003)&ots=bBFKX7kpKZ&sig=AqcbjRK2PjdYknyzUJwgmcko-6Y)
5. Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (2003). *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. McGraw-Hill. Diambil dari <https://search.worldcat.org/title/49679930>
6. Lonner, W. J., Berry, J. W., & Hofstede, G. H. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. Diambil dari https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1496209
7. Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2011). *Negotiation*. McGraw-Hill. Diambil dari <https://www.mheducation.com/highered/product/Negotiation-Lewicki.html>
8. Mead, GH (2015). *Pikiran, diri, dan masyarakat*. Pers Universitas Chicago. Diambil dari [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=22jtBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Mead,+G.+H.+\(1934\).+Mind,+Self,+and+Society.+University+of+Chicago+Press.&ots=o4nUwIOzrA&sig=p0DLWg8xdkokEM5V6j2RMEA5RA5](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=22jtBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Mead,+G.+H.+(1934).+Mind,+Self,+and+Society.+University+of+Chicago+Press.&ots=o4nUwIOzrA&sig=p0DLWg8xdkokEM5V6j2RMEA5RA5)
9. Olekalns, M., & Smith, P. L. (2009). "The Role of Communication in Negotiation: A Review of the Literature." *Negotiation and Conflict Management Research*, 2(1), 1-20.