Kecakapan Antar Personal

**Oleh :** Syahrul Mauluddin, M.Kom

(Digunakan di lingkungan sendiri, sebagai buku ajar

mata kuliah Kecakapan Antar Personal)

******

**Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer**

**Program Studi Manajemen Informatika**

**Universitas Komputer Indonesia**

# Pertemuan 6

## Memberikan penjelasan mengenai negosiasi dalam komunikasi

Negosiasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam mengkomunikasikan keinginan kita terhadap pihak orang lain. Keinginan yang telah kita susun rapih dalam suatu proyek kegiatan/ program  yang akan dilaksanakan baik itu pada skala kecil maupun  besar, dengan memerlukan pihak lain dalam mensukseskan proyek kegiatan/ program tersebut  ditentukan berhasil atau tidaknya dengan  proses negosiasi. Jikalau negosiasi kita kurang baik maka respon yang diterima pihak lain kepada kita ataupun program kita itu kurang pula, yang lebih jelek  lagi jikalau mereka berpikiran buruk terhadap program kita serta semua yang menjadi ruang lingkup kegiatan di luar program kita. Para pengusaha besar di amerika menempatkan negosiasi pada tingkat pertama, mereka berani membayar mahal kepada karyawannya yang dapat bernegosiasi dengan baik. Karena begitu pentingnya negosiasi, maka  kita sebaiknya mencoba menerapkan negosiasi ini menjadi faktor terpenting dalam setiap kegiatan,  serta mengkonsentrasikannya, selain dari itu diperlukan kesiapan dan langkah-langkah awal untuk menjadi negosiator yang baik.

Setiap orang bisa menjadi negosiator yang baik, walaupun tidak bisa dihindari adanya anggapan faktor bakat pada individu tertentu. Materi yang digunakan menuju negosiator yang baik adalah komunikasi, atau yang lebih populer lagi yaitu komunikasi efektif.

Dalam pembahasan ini lebih banyak ditujukan kepada lawan bicara dengan teman, untuk yang lainnya perlu dianalisa terlebih dahulu latar belakangnya. Dibedakan kondisi dan situasi serta bentuk komunikasinya.

Definisi komunikasi yang diambil dari berbagai referensi :

1. Komunikasi mengacu kepada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh ganggguan, terjadi dalam satu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (J.A. Devito, 1997).
2. Komunikasi adalah aktivitas menyampaikan apa yang ada di pikiran, konsep yang kita miliki, dan keinginan yang ingin kita sampaikan pada orang lain.
3. Komunikasi adalah seni mempengaruhi orang lain untuk memperoleh apa yang kita inginkan.
4. Komunikasi adalah *information interchange* yakni pertukaran informasi yang dapat dilangsungkan melalui berbagai media *interface.*(Rid.)

Jenis Komunikasi  :

1. Komunikasi dengan diri sendiri (intrapribadi) hal ini diperlukan oleh setiap individu terutama dalam hal  pengevaluasian terhadap ucapan, tingkah laku kita ataupun progress (kemajuan) hidup kita, selain dari itu juga komunikasi intrapribadi berfungsi sebagai psikiater jiwa kita, baik itu dalam meyakinkan diri kita, meyakinkan kepercayaan diri kita, ataupun dalam hal mempertimbangkan keputusan.
2. Komunikasi antarpribadi : komunikasi antar satu individu dengan satu individu yang lainnya, dalam berinteraksi dengan orang lain, dari suami ke istri dan sebaliknya, dari teman ke teman lainnya untuk membina hubungan dan memeliharanya.
3. Komunikasi satu individu dengan kumpulan individu
4. Komunikasi antar kumpulan individu dengan kumpulan individu yang lainnya, baik yang berupa buah pikir yang kolektif ataupun sebuah karakter , budaya kelompok satu dengan kelompok lainnya, misalnya komunikasi budaya.

Bentuk komunikasi

1. *Visible comunication* : komunikasi yang terlihat oleh mata dan terdengar oleh panca indera, komunikasi ini terdiri dari :

* Komunkasi verbal : komunikasi dengan menggunakan kata-kata atau dengan secara lisan
* Komunikasi non verbal : deengan menggunakan gerak tubuh (tangan mulut, wajah, kaki, baju, penampilan, tindak-tanduk sehari-hari)

2. *Invisible comunication* : komunikasi yang hanya bisa dirasakan oleh jiwa kita, setiap orang memiliki bentuk komunikasi ini hanya pengalaman dan konsentrasi yang baik yang menentukannya.

Komunikasi Effektif :

Komunikasi dengan menempatkan ketepatan kepada orang lain untuk jelas,  paham serta setuju dengan sumber komunikasi pada yang utama. Sehingga rumus komunikasi efektif adalah : R(penerima)/S(pengirim) = 1 . Nilai satu disana berarti tepatnya penyampaian tidak ada penyampaian yang tercecer sehingga membuat penerima tidak jelas, paham ataupun tidak setuju dengan sumber informasi (pengirim).

Perlu kita pahami bahwa dalam berkomunikasi tingkat keefektifan berbeda-beda, dan memang sukar untuk mendapatkan komunikasi efektif yang 100 %, paling sedikitnya 1% kita menggunakan daerah toleran komunikasi yang masih bisa di maklumi, tetapi hindarilah daerah komunikasi tidak efektif yang akan menyebabkan membaurnya informasi sehingga penerima tidak bisa paham dengan apa yang dikatakan pengirim.

Daerah bukan komunikasi adalah daerah dimana tidak adanya ketersambungan informasi .

**Negosiasi**

Pengertian :

Negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan jalan berunding untuk memberi atau menerima guna mencapai  kesepakatan antar pihak yang satu dengan pihak yang lain.

Negosiasi salah satu cara memepengaruhi orang lain

Dalam mempengaruhi orang lain terhadap pendapat kita negosiasi adalah salah satu cara yang baik, karena disana akan terjadi yang namanya persetujuan kedua belah pihak, tanpa adanya paksaan. Tidak dihindari pula dalam negosiasi ini berupa konteks yang monolog (mentoring) jika yang diajak bicara oleh kita adalah orang yang lebih muda ( yang mau diajak monolog). Ataupun dengan jalan pencarian solusi bersama-sama dengan cara kita mengarahkan pada keinginan kita.

Bentuk negosiasi :

1. Negosiasi secara langsung artinya berhadapan langsung dengan kita.

2. Negosiasi tidak langsung, misalnya dengan melalui telepon.

**Tips Penggunaan Komunikasi Efektif Dalam Negosiasi langsung**

1.  *Proactive Comunication* .Komunikasi yang diambil adalah komunikasi yang proaktif bukan yang reaktif.

Contoh kata-kata reaktif : tapi kan.. , hal itu buruk sekali.., kamu berpendapat salah, aku kan benar, hal itu tidak logis, ah itu hanya kata-kata klise, hal itu hal yang terpaksa, hal itu takkan pernah bisa.

Contoh kata-kata proaktif : sebaiknya bagaimana?, ada baiknya jikalau hal itu kita minimalisasikan, mudah-mudahan pendapatku ini lebih baik dari yang tadi, mari kita cari solusi yang terbaik, pasti kita akan menemukan jalan lain, aku memilihnya, aku meyakininya, yuk kita telaah lebih dalam.

2.  *Find the word* . Berlatihlah untuk mendapatkan kata-kata tepat yang tidak membuat orang lain bingung dengan keambiguan , misalnya ada sebuah kalimat “kedudukan tinggi termostat berapa?” pertanyaan ini ada dua pengertian yang pertama suhu yang kedua tinggi termostatnya.

3. *Avoid debate*, karena perdebatan timbul dikarenakan perkataan kita yang membingungkan, ataupun kata-kata kita yang tidak dipahami oleh lawan kita. Berhenti sejenak, persilahkan mereka berbicara, akui apabila kita berbicara yang salah, tanpa pembenaran, lalu kita klarifikasi ke arah kata-kata yang benar.

4.  *Explain before bargain*, penawaran dilakukan setelah orang tersebut paham. Orang paham tidak selalu setuju, minimal orang yang paham memiliki kata-kata kita, walaupun tidak setuju.   Sebaiknya setelah paham  tariklah menuju daerah persetujuan dengan proses penawaran keinginan kita.

5.  *Creative learning* :

* Mendengarkan Dengan visible atau invisible comunication: Mendengarkan dengan mata, hati dan telingamu, mendengarkan dengan telinga saja tidak cukup karena hanya 7 % komunikasi yang terkandung dalam kata-kata yang diucapkan, yang selebihnya berasal dari bahasa tubuh (53 %) dan dengan nada/ perasaan adalah 40%.
* Mendengarkan apa yang tidak diucapkan, biasanya seluruh perkataan yang disampaikan orang lain belum tentu apa yang tersembunyi dalam hatinya, maka dengarlah lebih jauh maksud hatinya (tidak dengan spekulasi, bisa dilihat dengan gerak-gerik ataupun cara bicara mereka). (simulasi konsentrasi “sama”)
* Selami perasaan mereka, berusahalah memekai kacamata mereka, agar paham apa yang mereka lihat ataupun yang mereka rasakan. Misalnya, jikalau mereka memakai kacamata dengan kaca hijau , maka kita berusaha untuk merasakan bagaimana rasanya memakai kaca mata hijau. Kalau kita tetap bersikeras pada saat itu mempertahankan kacamata yang berbeda maka yang terjadi adalah konflik. Sewaktu kita menyampaikan sesuatu yang berat maka rasakanlah  jikalau kita menjadi mereka, dan mendapatkan informasi yang sama beratnya. Tetapi dalam hal ini bukan berarti kita tidak menyampaikannya . Maksimalkan seluruh potensi perasaan kita terhadap mereka itu yang lebih penting, dengan demikian kita memiliki waktu yang tepat untuk menyampaikan informasi yang berat tersebut. (simulasi ganda gambar)
* Bersikaplah seperti cermin, cermin kan tidak menghakimi. Cermin tidak memberikan nasihat. Cermin hanya memantulkan. Bersikap seperti cermin maksudnya mengulangi kata-kata sendiri bukan mengulangi kata-kata yang sama, mengulangi maknanya, bukan mengulangi kata-perkata, disinilah akan terasakan keajaiban komunikasi  dari hasil creative learning (perlu dicoba).

Contoh meniru :

“Wah Ridwan sekarang aku benar-benar gak konsen di kampus”

“Kamu bener-bener  lagi gak konsen di kampus ya… “

“Nilaiku semua parah.”

“Kamu lagi dapetin nilai parah ya….”

“Kamu ini gimana sih wa selalu meniru apa yang gw katakan, kesal gw ama kamu ..”

Contoh Menjadi cermin:

“Wah Ridwan sekarang aku bener-bener gak konsen di sekolah “

“Kamu lagi banyak pikiran ya..”

“Iya nih aku lagi banyak pikiran di  sekolah, urusan ini itu wah pokoknya pusing, dosennya rese lagi “

“kamu lagi kesal ya..”

“Gimana gak kesal coba, udah tahu aku lagi banyak pikiran, orang tuaku ngomel melulu lagi karena nilaiku parah, ah gimana nih aku bingung???”

Setelah ada kata-kata pertanyaan solusi baru kita  boleh menasehatinya.

(boleh dicoba)

Ungkapan bahasa cermin :

* “yang saya tangkap, kamu merasa bahwa …, betul tidak yaa?”
* “Jadi yang saya lihat ini…”
* “Saya mengerti bahwa kamu merasa …”

Ungkapan yang harus dihindari :

Ketika teman Ridwan berkata tentang kedaan nilai serta keadaan              dikampusnya :” “Wah Ridwan sekarang aku bener-bener gak konsen di sekolah “

“Tolong ambilkan Buku itu dong “ (mengawang-awang)

“Kedengarannya bagus : (pura-pura mendengarkan)

“Bicara masalah teman kita si Ujang..”(Mendengarkan secara selektif)

“Kamu kurang berusaha kali “ (menghakimi)

“Nilaimu ada masalah ?” (menggali)

6. *Power of sound*, Memakai nada kuat maupun nada lemah. Kapan kita menggunakan nada kuat, kapan kita memakai nada lemah, biasanya nada kuat untuk menandakan kata-kata penting dalam sebuah kalimat, misalnya sebuah dalil quran, pepatah, dll. Usahakan untuk yang selain itu memakai nada lemah (halus). Untuk menandakan point yang dituju dalam sebuah nasihat , contoh

**“Aku** tidak bilang kamu punya masalah sikap”

**“**Aku tidak bilang **kamu** punya masalah sikap”

**“** Aku tidak bilang kamu punya masalah **sikap”**

7. *Use Sosiosentrik less egosentrik*, Kadang kita memiliki ilmu dengan kata-kata yang tinggi, maka hal itu akan menyebabkan egosentrik kalau tidak sesuai dengan keadaan, tetapi pakailah kata-kata sosiosentrik yang memasyarakat, dengan kondisi lawan bicara, baik berupa dalil-dalil, maupun hal-hal yang lainnya.

8. *Equipt something good*, dalam berbicara kita sodorkan apa yang dia senangi, misalnya makanan kecil, dll.

**Hal lain Yang Perlu Diketahui:**

Tips non verbal ketika berkomunisi dalam negosiasi:

* Perilaku hangat
* Menatap matanya secara langsung (dengan lembut/segar bukan tajam) (bukan kepada lawan jenis, kecuali yang dinegosiasikan di forum).
* Sentuhlah tangannya, ataupun pahanya (sejenis).
* Senyum
* Wajah riang
* Membuat suasana wajah lucu
* Duduk tepat didapannya
* Jangan melihat apapun kecuali seluruh yang dihadapannya (lawan bicaranya)
* Ekspresif

Komunikasi efektif memang sangat diperlukan dalam proses negosiasi, untuk membuat ketertarikan, karena poit penting dari negosiasi yang berhasil adalah (tidak mutlak)

1. Timbulnya pemahaman menuju persetujuan

2. Timbulnya rasa senang dalam menerima negosiasi

3. Pengaruh pada sikap

4. Hubungan makin baik

### Pendefinisian hal-hal yang berkaitan dengan teori komunikasi social dalam negosiasi.

Suatu konsep yang dijadikan sebagai salah satu kajian dalam bidang studi ilmu, sudah barang tentu memiliki teori yang mendasari konseptualisasinya, dimana negosiasi yang merupakan salah satu kajian dalam bidang studi ilmu hubungan internasional juga memilikii teori yang mendasarinya. Teori-teori dalam negosiasi dijadikan acuan dasar demi terlaksananya negosiasi yang seharusnya atau yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan tertentu. Teori permainan (*Game Theory*) dan teori perilaku (*Behavioralisme Theory*) adalah beberapa teori yang memiliki relevansi terhadap pelaksanaan negosiasi.

Pertama, penulis berusaha menjelaskan *game theory* pada kajian negosiasi, terkait dengan mekanisme, unsur, serta kelebihan maupun kekurangannya. Kartono (1994) menjelaskan bahwa teori permainan (Game Theory) merupakan teori yang menggunakan pendekatan matematis dalam merumuskan situasi persaingan dan konflik antara berbagai kepentingan. Teori ini dikembangkan untuk menganalisa proses pengambilan keputusan yaitu strategi optimum dari situasi-situasi  persaingan yang berbeda-beda dan melibatkan dua atau lebih kepentingan. Menurut Varma (1992), teori permainan merupakan sekumpulan pemikiran yang menguraikan strategi keputusan yang rasional dalam situasi konflik dan kompetisi, ketika masing-masing peserta atau pemain saling berusaha memperbesar keuntungan dan memperkecil kerugian.

Pada awalnya *Game theory* berasal dari berbagai  permainan seperti catur, poker atau bridge  yang mengandung unsur-unsur konflik, pembuatan keputusan dan kerjasama, yang dimainkan antara dua orang pemain atau lebih. Setiap pemain berusaha memenangkan setiap permainan dari berbagai tindakan yang dilakukannya. Strategi merupakan konsep inti dalam teori permainan serta mengharapkan rasionalitas  pada perilaku para pemain meskipun ada kemungkinan pembuat keputusan. Asumsi yang menyokong teori permainan tersebut adalah pemain tidak hanya sepenuhnya rasional tetapi sungguh-sungguh sadar diri mengenai prioritas di antara tujuannya dan memiliki pengetahuan yang lengkap mengenai strategi yang dapat digunakannya untuk mendapatkan keuntungan (Varma 1992, 406).

Unsur-unsur yang terdapat pada teori ini menurut Ahadi (t.t), yakni pertama, matriks permainan yang menunjukkan hasil dari strategi-strategi permainan yang berbeda, dimana hasil tersebut divisualisasikan dalam bentuk ukuran efektivitas. Kedua, strategi permainan itu sendiri yang merupakan kegiatan menyeluruh para pemain, sebagai reaksi atas aksi yang mungkin dilakukan oleh pemain lain. Kemudian yang ketiga adalah aturan permainan, yang menggambarkan kerangka strategi yang akan dipilih oleh para pemain. Keempat yakni nilai permainan, apabila permainan dikatakan adil maka nilai dari permainan tersebut ‘nol’ yang diartikan bahwa tidak ada pemenang dalam permainan tersebut, sementara apabila terdapat pemenang maka hasil atau nilainya bukan ‘nol’. Kelebihan dari teori ini yakni perhitungannya yang begitu matematis sehingga kecil kemungkinan terjadinya kecurangan. Namun sayangnya, teori ini tidak memperhatikan sikap pemain dengan pesaingnya, sehingga apabila terdapat pemain yang kalah maka si pemenang tidak peduli dan hanya peduli dengan keuntungan yang ia dapat.

Selain teori permainan, teori lainnya yakni teori perilaku yang juga mendasari aktivitas negosiasi. Dimana teori ini fokus pada perilaku ataupun tingkah laku yang dilakukan oleh para negosiator sebagai akibat stimulus. Seorang negositor yang ulung dapat mengetahui pandangan lawan negosiator lainnya (sepakat atau tidak) dengan melihat perilaku, mimik wajah, maupun tindakan yang ia terapkan. Sehingga dengan kata lain, karakter dari setiap negosiator akan terdefinisikan masing-masing, melalui tingkah laku yang mereka aplikasikan dalam negosiasi. Pada dasarnya teori perilaku ini merupakan kajian Psikologi yang diaplikasikan melalui teori belajar. Salah satu tokoh terkenal yang merupakan aliran behavioralisme ini yakni Skinner seperti yang dikutip oleh Slavin (2000) mengatakan bahwa, respon yang diterima seseorang tidak sederhana semata respon, karena stimulus-stimulus yang diberikan akan saling berinteraksi dan interaksi antar stimulus itu akan memengaruhi respon yang dihasilkan. Respon yang diberikan ini memiliki konsekuensi-konsekuensi. Konsekuensi-konsekuensi inilah yang nantinya memengaruhi munculnya perilaku.

Oleh karena itu dalam memahami tingkah laku seseorang secara benar harus memahami hubungan antara stimulus yang satu dengan lainnya, serta memahami konsep yang mungkin dimunculkan dan berbagai konsekuensi yang mungkin timbul akibat respon tersebut. Skinner juga mengemukakan bahwa dengan menggunakan perubahan-perubahan mental sebagai alat untuk menjelaskan tingkah laku hanya akan menambah rumitnya masalah. Hal ini kemudian mengacu pada kelemahan dari teori ini, bahwa tidak menutup kemungkinan emosi negatif muncul sebagai ketidaksetujuan seorang negosiator, yang mana emosi negatif tersebut merupakan hasil stimulus yang diberikan oleh negosiator lain. Namun kelebihannya adalah negosiator tidak perlu melakukan perhitungan matematis yang memakan waktu panjang untuk melihat hasil akhir dari negosiasi, karena cukup melihat dan identifikasi  tindakan negosiator lawan, apakah mereka setuju atau tidak.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa teori negosiasi terbagi menjadi dua yakni teori permainan dan teori perilaku, dimana masing-masing keduanya memiliki mekanisne serta kelebihan maupun kekurangan. Ide dasar teori permainan adalah tingkah laku strategis dari pemain atau pengambil  keputusan. Anggapannya bahwa setiap pemain mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan secara bebas dan rasional. Berbeda dengan teori perilaku yang yang fokus pada stimulus dan respon sebagai akibat perilaku yang ditunjukkan, terkait dengan situasi dan kondisi.

### Memahami negosiasi dalam komunikasi dalam berbagai aktivitas komunikasi interpersonal di kampus, masyarakat, dan tempat kerja.

Menurut Casse, ada tiga tahapan penting dalam bernegosiasi, yaitu tahap perencanaan (sebelum negosiasi), tahap implementasi (selama negosiasi), dan tahap peninjauan (setelah negosiasi).

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan negosiasi membutuhkan dua komponen yaitu: merencanakan sasaran negosiasi dan memperjelas proses bernegosiasi.

Komponen pertama adalah sasaran negosiasi yang dimana apa hasil yang diharapkan dalam bernegosiasi. Hal ini merupakan salah satu alasan utama mengapa seseorang bernegosiasi. Penentuan sasaran atau target dalam bernegosiasi sangat penting sebagai arahan atau petunjuk dalam bernegosiasi.

Komponen kedua adalah proses negosiasi sebelum mencapai sasaran yang telah ditentukan sebelumnya, perlu diketahui bahwa dalam setiap negosiasi sangat diperlukan yang namanya proses negosiasi yang melibatkan kedua belah pihak. Proses negosiasi merupakan suatu proses tawar menawar yang diharapkan mampu menghasilkan suatu kesepakatan di kedua belah pihak yang saling menguntungkan.

2. Tahap Implementasi

Tahap implementasi merupakan tahapan penerapan atau tindakan yang diperlukan agar mencapai sukses dalam bernegosiasi.

.

3. Tahap Peninjauan Negosiasi

Tahap ini merupakan tahapan setelah berlangsungnya suatu proses negosiasi. Tahapan ini memiliki arti yang sangat penting bagi seorang negosiator dalam meninjau kembali apa yang sudah dilakukannya selama bernegosiasi.

STRATEGI DAN TAKTIK NEGOSIASI

Strategi negosiasi yang merupakan cara atau teknik untuk mencapai tujuan bernegosiasi. Untuk mencapai kesepakatan kedua belah pihak memang diperlukan strategi yang tepat. Ada beberapa strategi negosiasi yang dapat digunakan dalam bernegosiasi, yaitu:

· Strategi Kooperatif

1. Sasarannya mencapai kesepakatan kedua belah pihak.

2. Memakai semboyan win-win solution (saling menguntungkan)

3. Mempercayai pihak lawan.

4. Melakukan kompromi jika diperlukan dan timbal balik.

5. Menciptakan landasan dan kepentingan bersama.

· Strategi Kompetitif

1. Sasaran strategi ini adalah mengalahkan lawan.

2. Tidak mempercayai lawan dan siap bertarung.

3. Tidak memberikan apa-apa dan menghabiskan semuanya.

· Strategi Analitis

1. Mempunyai filosofi bahwa seorang negosiator adalah pemecah masalah

(problem solver), bukan seorang petarung.

2. Memandang negosiasi sebagai bentuk latihan dalam memecahkan masalah, dan bukannya sebagai permainan.

3. Berusaha kreatif dan bersama-sama mencari alternatif solusinya.

4. Membuat alasan yang rasional dan bukan atas dasar perasaan.

· Kedua Belah Pihak Memiliki Beberapa Kebutuhan yang Harus Dipenuhi.

Jika Anda menjual mobil, maka pembeli jelas memiliki beberapa kebutuhan untuk transportasi. Dia juga memiliki kebutuhan finansial, keterbatasan waktu, kebutuhan psikologis, dan sebagainya. Semakin kita mampu mengenali kebutuhan pihak lain, semakin besar kemungkinan kita untuk menjadi sukses dalam negosiasi.

· Kedua Belah Pihak Harus Menghindari Filosofi Menang-Kalah.

Terkadang mungkin tampak bahwa negosiasi adalah pengalaman satu-shot. Ini dapat membawa kita untuk menyimpulkan bahwa kita tidak perlu khawatir tentang etika yang terlibat. Namun, banyak diantara kita berpapasan dengan orang yang sama lagi, sehingga reputasi jangka panjang sangat penting. Orang memiliki ingatan yang panjang. Jika kita memperlakukan mereka dengan baik, mereka cenderung ingin membalas Budi pada suatu saat dimasa mendatang. Hal ini terutama berlaku dalam hubungan seperti berlangsung keluarga, dengan teman, seorang di tempat kerja, negosiator berpengalaman bekerja keras untuk memiliki pihak lain merasa baik tentang hasil negosiasi itu.

· Banyak Masalah Yang (Berpotensi) Dinegosiasikan.

Ketika kita melihat kontrak formal seperti bentuk cetakan, kekuatan otoritas membuat kita merasa bahwa kita tidak memiliki keleluasaan untuk mengubah salah satu syarat dalam kontrak itu. ini mungkin asumsi yang salah (cohen, 1980).

Salah satu masalah yang paling fleksibel atau dinegosiasikan adalah tenggang waktu. misalnya, seseorang mungkin akan meminta Anda untuk menyelesaikan tugas dengan tenggang waktu tertentu. Anda mungkin ingin mencoba negosiasi batas waktu bahwa ketika Anda mulai mendapatkan lebih banyak pengalaman sebagai seorang negosiator.

· Makna Dan Standar Tidak Selalu Sama.

Kita melihat bahwa ada banyak potensi kesalahpahaman yang berbasis di penggunaan bahasa. Dalam negosiasi, sangat penting untuk diingat bahwa ada potensi besar untuk mengasumsikan bahwa kita menggunakan makna dengan cara yang sama padahal sebenarnya kita tidak.

PRINSIP NEGOSIASI

Seperti yang akan kita lihat, negosiasi berprinsip memiliki empat aturan dasar praktis, yakni:

1. Pisahkan Permasalahan Dari Orang Atau Kelompok.

Fisher, (1991): dalam negosiasi diterapkan (menjadi) keras pada masalah, (tapi) lembut pada orang-orang. Jika pihak lain berperilaku emosional, biasanya tidak baik dalam melakukan negosiasi.

2. Fokus Pada Kepentingan, Bukan Posisi

Pendekatan dalam masalah ini difokuskan pada kepentingan bersama dan bukan pada posisi tertentu. Negosiator yang fokus pada posisi karena mereka mungkin tidak menyadari pendekatan alternatif.

Jika Anda mencoba untuk memutuskan di mana untuk bertemu, Anda mungkin berkata, "tempat saya atau Anda?" ini adalah cara yang sangat umum untuk memutuskan sesuatu. Namun, tidak selalu cara terbaik ketika partai-partai atau kelompok tertentu memiliki waktu untuk menyetujui. (Fokus pada posisi)

Mungkin alternatif yang lebih baik akan bertanya, "di mana Anda akan merasa nyaman pertemuan?" (Fokus pada kepentingan)

3. Menemukan Berbagai Pilihan Untuk Keuntungan Bersama

Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan dapat menjadi proses yang kompleks. Salah satu kesalahan yang paling umum adalah untuk melompat langsung ke fase solusi tanpa hati-hati melihat definisi masalah, gejala dari masalah, akar penyebab gejala tersebut, dan kriteria untuk sebuah solusi yang efektif. Untuk mencapai sebuah negosiasi yang baik haruslah disedikan beberapa pilihan alterlnatif untuk mencapai keuntungan satu sama lain, tidak ada yang merasa dirugikan.

4. Menggunakan Kriteria Objektif

Ketika Anda berencana untuk membeli kami menjual mobil bekas, Anda dapat menggunakan apa yang disebut buku biru yang berisi daftar nilai-nilai semua merek dan model mobil masing-masing model tahun. Anda berbicara berdasarkan data dan fakta sehingga menyakinkan orang yang ingin membeli mobil tersebut agar jadi membeli mobil yang anda tawarkan. Ini semua contoh menggunakan kriteria objektif yang menjadi dasar negosiasi Anda.

2.6 NEGOSIATOR YANG BAIK

Agar seorang negoisator sanggup menjadi seorang negoisasi yang baik dibutuhkan pula ketrampilan dan wawasan yang luas berikut kami sajikan beberapa sikap agar menjadi seorang negoisasi yang baik:

· Pantang Menyerah.

· Komunikatif.

· Cerdas dan Berwawasan.

· Selera Humor.

· Perhatian.

· Sabar.

· Jujur.

· Inisiatif dan Kreatifitas.

· Sensitif atau Peka.

BIAS KOGNITIF DALAM NEGOSIASI

Terdapat 12 bias kognitif dalam negosiasi dan cara mengatasinya

1. Eskalasi Komitmen yang Irrasional

Tindakan yang diambil negosiator yang sudah tidak mempedulikan apa yang perlu dievaluasi, karena tindakan yang sama terus dilakukan tanpa melihat bagaimana hasil yang telah dicapai, sehingga hasilnya tidak optimal bahkan sia-sia. Hal ini dapat diatasi dengan adanya penasihat yang dapat memberikan pencerahan bahwa tindakan tersebut sudah tidak lagi optimal dan hanya membuang sumber daya.

2. Keyakinan pada Harga Mati (Rigid)

Menganggap bahwa hasil yang dicapai dalam negosiasi tidak sesuai yang diharapkan atau kebuntuan, sehingga tidak melakukan tindakan lain dengan asumsi bahwa tindakannya akan sia-sia. Dapat diatasi dengan memberikan dukungan terhadap negosiator dengan mencari tindakan alternatif yang diyakini akan berhasil.

3. Pengarahan dan Penyesuaian,

Merupakan penilaian atas input yang diterima negosiator tersebut bertolak belakang dengan kepentingan awalnya, sehingga cenderung untuk mengambil tindakan penyesuaian yang berlawanan/ skeptis, atau mempertimbangkan kembali tindakan apa yang perlu diambil, persiapan dengan bantuan advokat berlawanan atau pemeriksaan realitas diharapkandapat mencegah bias tersebut.

4. Pembingkaian Isu dan Resiko,

Dalam menggunakan perspektif saat proses negosiasi, maka akan ada kemungkinan yang menyebabkan negosiator harus menghindari tindakan tertentu sehinggga terkesan “cari aman”/ tidak mengambil resiko, dihindari dengan kepekaan terhadap bias, pemahaman informasi dan analisa menyeluruh sehingga diterima bahwa resiko itu pasti dan pencapaian lebih tinggi dapat dicapai.

5. Ketersediaan Informasi,

bahwa informasi yang disampaikan dalam proses negosiasi harus dapat dengan mudah didapatkan/ diterima oleh negosiator lawan sehingga juga memudahan dalam evaluasi selanjutnya. Maka dengan cara penyampaian yang menarik dan atraktif dinilai akan mempermudah penerimaan serta membuatnya mudah diingat.

6. Kutukan Pemenang,

Ketidakpuasan yang muncul atas kemudahan terhadap keberhasilan selama proses negosiasi, sehingga menganggap apakah memang dalam negosiasi terlalu banyak power/ resource yang dikeluarkan terhadap negosiator lawan, atau seharusnya ada kesepakatan yang senderung lebih baik dan menguntungkan. Untuk mengatasinya,persiapan menyeluruh dan investigasi terhadap isu hingga opsi alternatif/ keuntungan yang lain dalam negosiasi yang dinilai cenderung lebih baik.

7. Kepercayaan Diri Berlebih,

memiliki segi positif yaitu menguatkan persepsi negosiator status/ posisi yang dimiliki, tetapi dampak negatifnya adalah menganggap terlalu mudah proses negosiasi tersebut dilakukan dan dengan hasil yang optimal, sehingga negosiator memiliki kecenderungan untuk lengah dan hasil yang didapatkan justru sebaliknya. Maka sebaiknya, proporsionalitas atas percaya diri, kemampuan, persiapan, dan analisa terhadap power/ resource perlu dijaga.

8. Hukum Angka Kecil,

dalam melakukan tindakan dan mengambil keputusan hanya berasal dari pertimbangan yang terlalu sedikit, atau kurangnya aspek/faktor lain yang perlu diperhatikan serta sampel/hasil data yang sedikit. Sehingga mengakibatkan ketidakakuratan tindakan/keputusan tersebut. Maka hendaknya mengambil banyak faktor yang perlu diperhatikan serta analisa yang mendalam supaya hasilnya akurat dalam berbagai kondisi.

9. Bias Pelayanan Diri,

pemberian atribut terhadap tindakan negosiator tertentu yang berlatarbelakan atas faktor internal yang dialami oleh negosiator tersebut, sehingga kurang memperhatikan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi tindakan/sikap yang muncul. Hendaknya sebagaimana sebelumnya, memperhatikan apa yang ada dari segala aspek sehingga dapat dianalisa secara dalam dan didapatkan apa yang benar dan merupakan penyebabnya.

10. Pengaruh Dukungan,

dengan adanya dukungan akan meningkatkan keyakinan/optimis terhadap hasil negosiasi, sehingga akan berakibat seperti poin kepercayaan diri berlebih diatas, dan mengganggu pencapaian kesepakatan yang paling baik. Maka dukungan tersebut harusnya disikapi sebagai motivasi eksternal seorang negosiator dalam mewujudkan kepentingan, bukan hanya resource yang tersedia.

11. Mengabaikan Kognisi Pihak Lain,

yaitu dengan sikap negosiator yang kurang/ tidak memperhatikan pemikiran dan persepsi pihak lai, sehingga persepsi dirinya terhadap pihak lain akan tidak harmonis sehingga terjadi kesalahan penafsiran apa sikap/ tindakan yang hendak diambil oleh negosiator lawannya. Maka seorang negosiator hendaknya berusaha untuk memahami secara akurat latar belakang baik itu minat, target maupun perspektif negosiator lawannya.

12. Proses Devaluasi Reaktif

penggunaan dasar emosionalitas dan ketidakpercayaan terhadap pihak lain serta cenderung subjektif. Sehingga akan menilai rendah dan mendevaluasi konsesi pihak lawan. Maka, seorang negosiator hendaknya menjunjung tinggi objektivitas proses negosiasi dan menghindari penggunaan dasar emosi maupun prasangka yang buruk.

* 1. Wawancara konferensi

Wawancara konferensi adalah wawancara yang dilakukan oleh seorang pewawancara dengan sejumlah narasumber dan sebaliknya. Contohnya adalah wawancara yang dilakukan di acara – acara televisi atau talk show, wawancara yang dilakukan oleh seorang pewawancara kepada sejumlah narasumber di acara formal atu diskusi publik, dan Wawancara jarak jauh (teleconference) yang banyak dilakukan di acara – acara berita.

* 1. Wawancara Kelompok

Wawancara kelompok adalah wawancara yang dilakukan oleh sejumlah pewawancara kepada narasumber dan dilaksanakan pada waktu yang bersamaan. Hal ini hampir sama dengan wawancara konferensi, tetapi pada wawancara kelompok pertanyaan – pertanyaan yang diajukan oleh setiap pewawancara berbeda – beda. Contohnya adalah wawancara kepada seorang artis, pejabat, atau group band yang berprestasi atau sedang terkena skandal.

* 1. Wawancara Individual

Wawancara Individual adalah wawancara yang dilakukan oleh seorang wawancara dengan seorang narasumber. Wawancara ini disebut juga dengan wawancara perorangan. Contohnya adalah wawancara yang dilakukan oleh wartawan dalam mencari berita.

* 1. Wawancara Terpimpin

Wawancara ini disebut juga dengan wawancara terstruktur. Wawancara jenis ini biasanya menggunakan beberapa pertanyaan yang telah disiapakan sebelumnya baik oleh pewawancara maupun narasumbernya. Contohnya adalah wawancara yang sering terjadi di acara – acara talk show bertemakan khsusus kepada narasumber seperti dokter, polisi, guru, dan lain – lain.

* 1. Wawancara Bebas

Wawancara bebas adalah jenis wawancara yang pertanyaannya tidak dipersiapkan terlebih dahulu. Dengan kata lain wawancara ini terjadi spontan bergantung dengan suasana dan keadaan ketika kegiatan wawancara berlangsung. Wawancara ini sering disebut juga dengan wawancara tidak berstruktur.

## 

## Metode Wawancara

Untuk mendapatkan informasi, ada beberapa metode yang digunakan oleh pewawancara ketika mengadakan wawancara.

1. Mencatat

Metode yang pertama adalah mencatat. Para pewawancara biasanya menyiapkan buku dan pulpen untuk mencatat jawaban – jawaban dari narasumber. Ketika mencatat jawaban tersebut, pewawancara akan menulisnya dengan sangat cepat dengan cara hanya menuliskan point – pointnya saja. Karena kalau tidak, mereka tidak akan mendapat informasi yang telah diutarakan oleh narasumbernya. Setelah mendapatkan catatan hasil wawancara, barulah catatan itu dikembangkan dengan menggunakan tulisan yang baik dan informative.

1. Merekam / Recording

Metode selanjutnya adalah merekam. Pewawancara membutuhkan suatu alat yang berupa perekam suara. Alat ini digunakan untuk merekam jawaban – jawaban yang diberikan oleh narasumber, sehingga mereka tidak akan kehilangan informasi sedikitpun. Setelah mendapatkan rekaman, pewawancara akan menulis transkip tanya jawab tersebut dan menjadikannya sebuah tulisan berita.

**DAFTAR PUSTAKA**

Gea, Antonius Atosokhi, Antonina Panca Yuki W., dan Yohanes Babari. 2003. Relasi Mengenal Diri Sendiri: *Character Building I.* Jakarta: Gramedia.

Littauer, Florence. 1996. Personality Plus: *Bagaimana Memahami Orang lain dengan Memahami Diri Sendiri.* Jakarta: BinarupaAksara.

Carnegie, Dale & Associates, Inc., Stuart R. Levine, dan Michael A Crom. 1996. Pemimpin dalam Diri Anda: *Cara Memperoleh Teman, Menanamkan Pengaruh terhadap Orang Lain, dan Meraih Keberhasilan dalam Dunian yang Sedang Berubah.* Alih bahasa oleh Tuntun Sinaga. Jakarta: Mitra Utama.

Problem Solver & Decision Making