

Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Negoisasi Bisnis Yang Sukses Di Galeri tenun Alekot NTT

¹**Viktoria Tunu** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)

E-mail: viktoriastunu@gmail.com

²**Benidiktus Taneo** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)

E-mail: benediktustaneo@gmail.com

³**Siti Khusnul Rofiah** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)

E-mail: sitikhusnulrofiah@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

Kata Kunci: : komunikasi interpersonal, negosiasi bisnis, UMKM, tenun tradisional, Galeri Tenun Alekot NTT

Keywords: : *interpersonal communication, business negotiation, MSMEs, traditional weaving, Alekot NTT Weaving Gallery*

Received : 3 November 2025

Revised : 15 November 2025

Accepted: 18 November 2025

©2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](#).



ABSTRAK

Keberhasilan negosiasi bisnis pada usaha mikro, kecil, dan menengah berbasis budaya tidak dapat dilepaskan dari kualitas komunikasi interpersonal yang terbangun antara pelaku usaha dan pelanggan. Galeri Tenun Alekot Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu UMKM kreatif yang mengandalkan interaksi langsung dan komunikasi interpersonal dalam proses negosiasi bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi interpersonal dalam mendukung keberhasilan negosiasi bisnis di Galeri Tenun Alekot NTT. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola, penenun, dan pembeli, serta observasi langsung terhadap proses negosiasi yang berlangsung di galeri. Analisis data dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi pola komunikasi, peran kepercayaan dan empati, strategi pengelolaan perbedaan kepentingan, serta dampak komunikasi interpersonal terhadap keberlanjutan hubungan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang personal, empatik, dan berbasis nilai budaya berperan penting dalam membangun kepercayaan, menciptakan suasana negosiasi yang kondusif, serta mendorong tercapainya kesepakatan yang saling menguntungkan. Selain itu, komunikasi interpersonal yang efektif berkontribusi terhadap keberlanjutan hubungan bisnis dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi teoretis bagi pengembangan kajian komunikasi bisnis berbasis budaya lokal serta implikasi praktis bagi pelaku UMKM dalam merancang strategi komunikasi yang lebih kontekstual dan berkelanjutan sehingga menambah pengunjung yang berwisata ke pacet. Pihak pengelola akun bisa menambah bagian khusus yang memegang sosial media supaya lebih efektif

dalam melakukan promosi.

ABSTRACT

The success of business negotiations in culture-based micro, small, and medium enterprises cannot be separated from the quality of interpersonal communication established between business actors and customers. The Alekot Weaving Gallery in East Nusa Tenggara is one of the creative MSMEs that relies on direct interaction and interpersonal communication in its business negotiation process. This study aims to analyze the role of interpersonal communication in supporting the success of business negotiations at the Alekot Weaving Gallery in East Nusa Tenggara. This study uses a qualitative method with a case study approach. Data was obtained through in-depth interviews with managers, weavers, and buyers, as well as direct observation of the negotiation process taking place at the gallery. Data analysis was conducted thematically to identify communication patterns, the role of trust and empathy, strategies for managing differences in interests, and the impact of interpersonal communication on the sustainability of business relationships. The results of the study indicate that personal, empathetic, and culturally-based interpersonal communication plays an important role in building trust, creating a conducive negotiation atmosphere, and encouraging the achievement of mutually beneficial agreements. In addition, effective interpersonal communication contributes to the sustainability of business relationships and customer loyalty. This study provides theoretical implications for the development of business communication studies based on local culture as well as practical implications for MSME players in designing more contextual and sustainable communication strategies.

I. PENDAHULUAN

Negosiasi bisnis merupakan proses komunikasi strategis yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian kesepakatan ekonomi, tetapi juga pada pembentukan hubungan jangka panjang antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam konteks komunikasi bisnis, keberhasilan negosiasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola interaksi interpersonal secara efektif, sebagaimana ditegaskan oleh Binrany et al. (2024) yang menyatakan bahwa komunikasi yang tepat dalam negosiasi mampu meningkatkan kepercayaan, mengurangi konflik, dan mempercepat tercapainya kesepakatan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal menjadi fondasi utama dalam proses negosiasi, khususnya pada sektor usaha yang mengandalkan hubungan langsung antara penjual dan pembeli.

Pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), negosiasi bisnis memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan organisasi besar atau korporasi. Proses negosiasi pada UMKM cenderung berlangsung secara informal, personal, dan sangat dipengaruhi oleh hubungan sosial yang terbangun. Subhani et al. (2021) menjelaskan bahwa dalam konteks pasar tradisional, keberhasilan negosiasi tidak semata-mata ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh kedekatan emosional, kepercayaan, serta kemampuan penjual dalam memahami kondisi dan kebutuhan pembeli. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi interpersonal berperan sebagai instrumen utama dalam membentuk persepsi positif dan menciptakan kesepakatan yang saling menguntungkan.

Urgensi kajian mengenai komunikasi interpersonal dalam negosiasi bisnis semakin meningkat seiring dengan dinamika pasar yang semakin kompetitif dan heterogen. Rouddah et al. (2021) menunjukkan bahwa kegagalan negosiasi bisnis pada perusahaan trading sering kali dipicu oleh lemahnya komunikasi antara

pelaku usaha dan mitra bisnis, terutama dalam memahami kepentingan masing-masing pihak. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal yang rendah dapat berdampak langsung pada kegagalan kesepakatan dan menurunnya kinerja bisnis, termasuk pada sektor UMKM. Dalam konteks komunikasi bisnis yang lebih luas, lobi dan negosiasi dipandang sebagai proses relasional yang menuntut keterampilan komunikasi yang berkelanjutan. Saing et al. (2023) menekankan bahwa komunikasi interpersonal dalam negosiasi berfungsi untuk membangun hubungan yang kuat dan menjaga keberlanjutan kerja sama, bukan sekadar mencapai kesepakatan sesaat. Perspektif ini relevan dengan UMKM berbasis budaya, di mana hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mitra bisnis menjadi aset penting dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Industri tenun tradisional di Nusa Tenggara Timur (NTT), khususnya Galeri Tenun Alekot, merupakan contoh UMKM berbasis budaya yang sangat bergantung pada kualitas komunikasi interpersonal dalam aktivitas negosiasi bisnis. Produk tenun tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga mengandung nilai simbolik, historis, dan budaya yang tinggi. Brett et al. (2017) menjelaskan bahwa dalam konteks negosiasi lintas budaya, nilai dan keyakinan budaya sangat memengaruhi strategi komunikasi, persepsi harga, serta cara pihak-pihak menilai hasil negosiasi. Oleh karena itu, negosiasi bisnis di galeri tenun tidak dapat dipisahkan dari dimensi budaya dan komunikasi interpersonal yang menyertainya.

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas teknik dan strategi negosiasi dalam berbagai konteks, fokus kajian tersebut masih cenderung menitikberatkan pada aspek teknis dan struktural negosiasi. Rivelino dan Mustiari (2022), misalnya, mengkaji teknik negosiasi dalam pelaksanaan tugas organisasi formal dan menekankan pentingnya strategi komunikasi untuk mencapai kesepakatan. Namun, kajian tersebut belum mengulas secara mendalam bagaimana komunikasi interpersonal berperan dalam negosiasi bisnis pada sektor UMKM kreatif berbasis budaya lokal.

Selain itu, kajian mengenai komunikasi dan negosiasi lintas budaya yang dikemukakan oleh Fatehi dan Choi (2019) serta Zhang et al. (2021) lebih banyak menyoroti perbedaan keyakinan dan orientasi negosiasi antarnegara atau budaya besar. Walaupun memberikan landasan teoretis yang kuat, kajian tersebut belum secara spesifik mengkaji praktik komunikasi interpersonal dalam negosiasi UMKM tradisional di tingkat lokal, khususnya di wilayah Indonesia Timur yang memiliki kekayaan budaya dan pola komunikasi yang khas.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diidentifikasi research gap yang menjadi dasar penelitian ini. Pertama, penelitian sebelumnya lebih banyak membahas negosiasi bisnis dari sisi teknik dan strategi, sementara peran komunikasi interpersonal sebagai proses relasional belum dikaji secara mendalam dalam konteks UMKM berbasis budaya. Kedua, kajian empiris mengenai negosiasi bisnis pada industri kreatif tradisional, khususnya galeri tenun di NTT, masih sangat terbatas. Ketiga, penelitian yang mengaitkan

komunikasi interpersonal, negosiasi bisnis, dan nilai budaya lokal dalam satu kerangka analisis terpadu masih jarang ditemukan.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh tuntutan keberlanjutan UMKM di tengah persaingan pasar dan perubahan karakter konsumen. Suryawan (2024) menegaskan bahwa keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh faktor manusia dan kualitas interaksi yang terbangun dalam proses bisnis. Dalam konteks Galeri Tenun Alekot, komunikasi interpersonal yang efektif dalam negosiasi bisnis tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada pelestarian budaya dan pemberdayaan penenun lokal.

Berdasarkan latar belakang, urgensi, dan kesenjangan penelitian tersebut, tujuan utama artikel ini adalah menganalisis peran komunikasi interpersonal dalam mendukung keberhasilan negosiasi bisnis di Galeri Tenun Alekot NTT. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi bisnis dan negosiasi berbasis budaya lokal, serta memberikan manfaat praktis bagi pelaku UMKM dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, kontekstual, dan berkelanjutan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memperoleh pemahaman mendalam mengenai peran komunikasi interpersonal dalam keberhasilan negosiasi bisnis di Galeri Tenun Alekot, Nusa Tenggara Timur. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses, makna, serta dinamika interaksi komunikasi yang terjadi secara alami antara penjual dan pembeli dalam konteks bisnis berbasis budaya. Negosiasi dipandang sebagai aktivitas sosial yang sarat makna dan tidak dapat sepenuhnya dipahami melalui pendekatan kuantitatif semata, sebagaimana dijelaskan oleh Subhani *et al.* (2021) bahwa negosiasi di sektor informal dan tradisional lebih menekankan relasi interpersonal dibandingkan perhitungan rasional.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dengan Galeri Tenun Alekot sebagai satuan analisis utama. Pemilihan studi kasus didasarkan pada karakteristik galeri tersebut sebagai UMKM kreatif berbasis budaya lokal yang mengandalkan interaksi langsung dan komunikasi interpersonal dalam proses negosiasi bisnis. Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai media pembentukan kepercayaan dan hubungan jangka panjang, sebagaimana ditegaskan oleh Saing *et al.* (2023) bahwa negosiasi dalam komunikasi bisnis bertujuan membangun hubungan yang berkelanjutan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap proses negosiasi bisnis di Galeri Tenun Alekot. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan strategi komunikasi interpersonal yang digunakan oleh pelaku negosiasi. Pendekatan ini relevan dengan pandangan Binrany *et al.* (2024) yang menekankan bahwa pemahaman terhadap peran komunikasi dalam negosiasi memerlukan eksplorasi langsung terhadap pengalaman pelaku bisnis. Observasi dilakukan

untuk menangkap aspek komunikasi non-verbal yang muncul selama proses negosiasi, seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan intonasi suara.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria memiliki keterlibatan langsung dalam aktivitas negosiasi bisnis di Galeri Tenun Alekot. Informan terdiri atas penenun, pengelola galeri, dan pembeli yang memiliki pengalaman berinteraksi secara intensif dalam proses tawar-menawar. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data yang relevan dan kaya informasi, sesuai dengan tujuan penelitian yang menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena komunikasi interpersonal dalam negosiasi. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Rouddah et al. (2021) yang menegaskan pentingnya memilih subjek penelitian yang benar-benar terlibat dalam proses negosiasi untuk memperoleh gambaran yang akurat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti mengarahkan pembahasan pada aspek komunikasi interpersonal dan negosiasi, sekaligus memberikan ruang bagi informan untuk mengemukakan pandangan secara bebas. Observasi non-partisipatif dilakukan untuk mengamati pola komunikasi yang terjadi secara alami tanpa intervensi peneliti. Dokumentasi berupa catatan aktivitas galeri dan arsip pendukung digunakan untuk memperkaya dan memverifikasi data primer. Pendekatan multi-teknik ini mendukung validitas data, sebagaimana disarankan oleh Rivelino dan Mustiari (2022) dalam kajian negosiasi yang menekankan pentingnya pengamatan langsung terhadap praktik komunikasi.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik. Tahap awal analisis dimulai dengan proses reduksi data melalui transkripsi hasil wawancara dan pencatatan hasil observasi. Selanjutnya, data dikodekan untuk mengidentifikasi pola dan tema yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal dan negosiasi bisnis. Tema-tema yang muncul kemudian dianalisis secara mendalam untuk memahami hubungan antara komunikasi interpersonal dan keberhasilan negosiasi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengaitkan temuan empiris dengan konsep dan teori komunikasi serta negosiasi yang relevan, sebagaimana ditegaskan oleh Brett et al. (2017) bahwa pemahaman strategi negosiasi harus dikaitkan dengan konteks budaya dan interaksi sosial.

Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode. Data hasil wawancara dibandingkan dengan hasil observasi dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi. Selain itu, peneliti melakukan konfirmasi ulang kepada beberapa informan kunci untuk memastikan bahwa interpretasi data sesuai dengan pengalaman mereka. Pendekatan ini penting untuk meningkatkan kredibilitas temuan penelitian, terutama dalam kajian komunikasi interpersonal yang bersifat subjektif dan kontekstual, sebagaimana dijelaskan oleh Fatehi dan Choi (2019) bahwa interpretasi komunikasi lintas budaya memerlukan kehati-hatian dan validasi yang berkelanjutan.

Melalui metode penelitian kualitatif ini, diharapkan penelitian mampu menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana komunikasi interpersonal berperan dalam membentuk keberhasilan negosiasi bisnis di Galeri

Tenun Alekot NTT. Metode ini memungkinkan peneliti menangkap dinamika komunikasi yang kompleks, kontekstual, dan sarat nilai budaya, sehingga temuan penelitian dapat memberikan kontribusi yang bermakna bagi pengembangan kajian komunikasi bisnis dan praktik UMKM berbasis budaya.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penbelitian

A. Pola Komunikasi Interpersonal dalam proses Negoisasi Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal di Galeri Tenun Alekot berlangsung secara dialogis dan personal, dengan menekankan kedekatan emosional antara penjual dan pembeli. Proses negosiasi tidak dimulai dengan pembahasan harga, melainkan dengan percakapan ringan yang membangun suasana akrab. Penjual berupaya memahami latar belakang pembeli, tujuan pembelian, serta ketertarikan terhadap motif dan makna kain tenun. Pola komunikasi ini mencerminkan pendekatan relasional yang mengedepankan empati dan keterbukaan sebagai dasar negosiasi.

Pendekatan komunikasi interpersonal yang digunakan bersifat fleksibel dan menyesuaikan karakter pembeli. Penjual tidak menggunakan pola komunikasi yang kaku, melainkan mengalir sesuai situasi interaksi. Hal ini terlihat dari cara penjual menjelaskan proses pembuatan kain, nilai budaya, serta filosofi motif sebagai bagian dari narasi komunikasi. Seorang informan menyampaikan bahwa "kami biasanya tidak langsung bicara soal harga, tapi cerita dulu tentang kainnya, siapa yang menenun, dan maknanya, supaya pembeli merasa dekat". Informan lain menegaskan bahwa "kalau sudah ada komunikasi yang nyaman, pembeli biasanya lebih terbuka saat negosiasi".

Pola komunikasi interpersonal ini juga ditandai dengan penggunaan bahasa yang sopan, nada bicara yang lembut, serta kontak mata yang konsisten. Unsur komunikasi nonverbal menjadi pelengkap penting dalam membangun kepercayaan selama proses negosiasi. Interaksi yang hangat dan tidak terburu-buru menciptakan suasana saling menghargai, sehingga negosiasi berlangsung tanpa tekanan.

Kesimpulannya, pola komunikasi interpersonal di Galeri Tenun Alekot berperan sebagai fondasi awal dalam proses negosiasi bisnis. Komunikasi yang bersifat personal, empatik, dan naratif mampu menciptakan hubungan yang positif dan membuka ruang kesepakatan yang lebih mudah dicapai.

B. Peran Kepercayaan dan Empati dalam Keberhasilan Negosiasi

Kepercayaan muncul sebagai elemen kunci dalam keberhasilan negosiasi bisnis di Galeri Tenun Alekot. Kepercayaan dibangun melalui konsistensi komunikasi, kejujuran informasi, dan sikap terbuka dalam menjelaskan kualitas serta harga produk. Penjual tidak menutupi kekurangan produk, tetapi justru menjelaskan secara transparan kondisi kain, waktu pengerjaan, dan nilai keasliannya. Transparansi ini memperkuat persepsi pembeli terhadap kredibilitas penjual.

Empati juga menjadi bagian penting dari komunikasi interpersonal selama negosiasi. Penjual berusaha memahami posisi dan kemampuan pembeli,

termasuk mempertimbangkan alasan pembeli dalam menawar harga. Seorang informan menyatakan bahwa "kalau pembeli menawar, kami dengarkan dulu alasannya, apakah untuk koleksi, oleh-oleh, atau dijual lagi". Informan lain menambahkan bahwa "kami mencoba menempatkan diri sebagai pembeli supaya negosiasi tidak saling menekan".

Melalui empati, negosiasi tidak dipahami sebagai ajang menang-kalah, melainkan sebagai proses mencari titik temu yang adil. Penjual dan pembeli sama-sama merasa dihargai dalam proses komunikasi. Hal ini berdampak pada terciptanya kesepakatan yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memuaskan secara emosional.

Kesimpulannya, kepercayaan dan empati yang dibangun melalui komunikasi interpersonal berperan signifikan dalam mendukung keberhasilan negosiasi bisnis. Kedua unsur ini menciptakan suasana negosiasi yang kondusif dan memperkuat hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli.

C. Strategi Komunikasi dalam Mengelola Perbedaan Kepentingan

Perbedaan kepentingan antara penjual dan pembeli merupakan hal yang tidak terhindarkan dalam proses negosiasi. Di Galeri Tenun Alekot, perbedaan tersebut dikelola melalui strategi komunikasi interpersonal yang persuasif dan adaptif. Penjual tidak menolak tawaran secara langsung, melainkan memberikan penjelasan logis mengenai dasar penetapan harga, termasuk proses produksi dan nilai budaya kain tenun.

Strategi komunikasi persuasif dilakukan dengan menggabungkan fakta dan pendekatan emosional. Penjual menjelaskan bahwa harga kain mencerminkan kerja keras penenun dan nilai tradisi yang terkandung di dalamnya. Seorang informan mengungkapkan bahwa "kami jelaskan kenapa harganya seperti itu, karena prosesnya lama dan dikerjakan manual". Informan lainnya menyampaikan bahwa "biasanya setelah dijelaskan, pembeli bisa memahami dan negosiasi jadi lebih lancar".

Selain itu, penjual juga menggunakan strategi kompromi dengan memberikan alternatif, seperti potongan harga terbatas atau pilihan produk dengan harga berbeda. Pendekatan ini membuat pembeli merasa memiliki opsi dan tetap dihargai dalam proses negosiasi. Komunikasi yang fleksibel membantu mengurangi potensi konflik dan menjaga suasana interaksi tetap positif.

Kesimpulannya, strategi komunikasi interpersonal yang persuasif dan kompromis memungkinkan perbedaan kepentingan dikelola secara konstruktif. Melalui komunikasi yang jelas dan adaptif, negosiasi dapat berlangsung efektif tanpa merusak hubungan antara pihak yang bernegosiasi.

D. Dampak Komunikasi Interpersonal terhadap Keberlanjutan Hubungan Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dalam negosiasi bisnis berdampak langsung pada keberlanjutan hubungan antara Galeri Tenun Alekot dan pelanggannya. Pembeli yang merasa

dihargai dan diperlakukan secara personal cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan galeri kepada pihak lain. Hubungan bisnis tidak berhenti pada satu transaksi, tetapi berkembang menjadi relasi jangka panjang.

Penjual menyadari bahwa komunikasi interpersonal merupakan investasi sosial yang penting bagi keberlangsungan usaha. Salah satu informan menyampaikan bahwa "banyak pembeli yang kembali lagi karena merasa nyaman saat pertama kali bernegosiasi". Informan lain menambahkan bahwa "hubungan baik itu lebih penting daripada untung besar sekali transaksi".

Komunikasi interpersonal juga memperkuat citra Galeri Tenun Alekot sebagai usaha yang ramah, jujur, dan menghargai pelanggan. Citra positif ini menjadi modal sosial yang mendukung daya saing galeri di tengah persaingan pasar. Keberhasilan negosiasi tidak hanya diukur dari tercapainya kesepakatan harga, tetapi juga dari kualitas hubungan yang terbangun.

Kesimpulannya, komunikasi interpersonal berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan hubungan bisnis di Galeri Tenun Alekot. Hubungan yang terjaga dengan baik memperkuat loyalitas pelanggan dan mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Pembahasan

A. Pola Komunikasi Interpersonal sebagai Fondasi Negosiasi Bisnis

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi interpersonal yang dialogis dan personal menjadi fondasi utama dalam proses negosiasi bisnis di Galeri Tenun Alekot. Pola ini sejalan dengan pandangan komunikasi bisnis yang menempatkan interaksi interpersonal sebagai sarana membangun makna bersama dalam proses negosiasi. Binrany et al. (2024) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal memungkinkan pelaku bisnis menciptakan suasana interaksi yang kondusif, sehingga negosiasi tidak berlangsung secara transaksional semata, melainkan relasional. Dalam konteks galeri tenun, komunikasi yang diawali dengan percakapan ringan dan narasi budaya berfungsi sebagai relationship builder sebelum pembahasan kepentingan ekonomi dilakukan.

Pendekatan komunikasi yang fleksibel dan kontekstual juga mencerminkan karakter negosiasi pada sektor UMKM berbasis budaya. Subhani et al. (2021) menegaskan bahwa dalam praktik negosiasi di pasar tradisional, keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha membaca situasi dan menyesuaikan gaya komunikasi dengan lawan bicara. Pola komunikasi interpersonal di Galeri Tenun Alekot menunjukkan kesesuaian dengan karakter tersebut, di mana penjual berperan aktif sebagai komunikator yang tidak hanya menyampaikan informasi produk, tetapi juga membangun ikatan emosional yang memperkuat proses negosiasi.

Dengan demikian, pola komunikasi interpersonal yang bersifat personal dan naratif tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai mekanisme strategis dalam menciptakan kondisi negosiasi yang lebih seimbang dan kooperatif.

B. Kepercayaan dan Empati sebagai Determinan Keberhasilan Negosiasi

Hasil penelitian menegaskan bahwa kepercayaan dan empati merupakan determinan utama keberhasilan negosiasi bisnis di Galeri Tenun Alekot. Kepercayaan terbentuk melalui konsistensi pesan, kejujuran informasi, serta sikap terbuka dalam komunikasi. Saing et al. (2023) menekankan bahwa komunikasi interpersonal dalam negosiasi bisnis berperan penting dalam membangun hubungan yang kuat, di mana kepercayaan menjadi prasyarat tercapainya kesepakatan yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, komunikasi yang transparan memperkecil potensi konflik dan meningkatkan rasa aman bagi pembeli.

Empati dalam komunikasi interpersonal memungkinkan pelaku negosiasi memahami perspektif dan kepentingan pihak lain. Rouddah et al. (2021) menjelaskan bahwa kegagalan negosiasi bisnis sering kali terjadi ketika salah satu pihak mengabaikan sudut pandang mitra negosiasinya. Temuan penelitian ini memperkuat argumen tersebut dengan menunjukkan bahwa empati yang diwujudkan melalui sikap mendengarkan dan memahami kondisi pembeli berkontribusi pada terciptanya kesepakatan yang lebih adil dan dapat diterima kedua belah pihak.

Dengan mengintegrasikan kepercayaan dan empati dalam komunikasi interpersonal, negosiasi bisnis tidak lagi dipahami sebagai proses adu kepentingan, melainkan sebagai upaya kolaboratif untuk mencapai tujuan bersama yang berlandaskan saling pengertian.

C. Strategi Komunikasi dalam Mengelola Perbedaan Kepentingan

Perbedaan kepentingan merupakan elemen inheren dalam setiap proses negosiasi bisnis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan perbedaan kepentingan di Galeri Tenun Alekot dilakukan melalui strategi komunikasi yang persuasif dan adaptif. Rivelino dan Mustiari (2022) menyatakan bahwa strategi negosiasi yang efektif menuntut kemampuan komunikasi yang mampu menjembatani kepentingan pihak-pihak yang bernegosiasi tanpa menimbulkan resistensi. Penjelasan rasional mengenai harga dan nilai produk menjadi bentuk komunikasi persuasif yang digunakan untuk mengurangi ketegangan dalam negosiasi.

Strategi komunikasi ini juga mencerminkan pengaruh nilai budaya dalam praktik negosiasi. Brett et al. (2017) menekankan bahwa strategi negosiasi sangat dipengaruhi oleh konteks budaya yang membentuk cara individu berkomunikasi dan menilai kesepakatan. Dalam konteks Galeri Tenun Alekot, nilai budaya tenun dijadikan narasi komunikasi untuk memperkuat posisi penjual tanpa menimbulkan kesan memaksa, sehingga perbedaan kepentingan dapat dikelola secara konstruktif.

Dengan demikian, strategi komunikasi interpersonal yang persuasif dan berbasis nilai budaya terbukti efektif dalam menjaga keseimbangan kepentingan serta mencegah konflik terbuka selama proses negosiasi.

D. Komunikasi Interpersonal dan Keberlanjutan Hubungan Bisnis

Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dalam negosiasi bisnis memiliki implikasi jangka panjang terhadap keberlanjutan hubungan bisnis. Suryana dan Yuliana (2018) menegaskan bahwa hubungan industrial dan bisnis yang berkelanjutan dibangun melalui komunikasi yang harmonis dan saling menghargai. Dalam konteks Galeri Tenun Alekot, komunikasi interpersonal yang positif tidak hanya menghasilkan kesepakatan, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan.

Keberlanjutan hubungan bisnis juga berkaitan dengan citra dan reputasi usaha. Suryawan (2024) menjelaskan bahwa faktor manusia dan kualitas interaksi menjadi penentu keberhasilan UMKM dalam mempertahankan daya saing. Komunikasi interpersonal yang baik selama negosiasi memperkuat citra galeri sebagai usaha yang ramah, jujur, dan menghargai pelanggan, sehingga menciptakan modal sosial yang mendukung keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal dalam negosiasi bisnis tidak hanya berfungsi sebagai alat pencapaian kesepakatan jangka pendek, tetapi juga sebagai strategi relasional yang berkontribusi terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM berbasis budaya.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung keberhasilan negosiasi bisnis di Galeri Tenun Alekot NTT. Komunikasi yang bersifat personal, dialogis, dan empatik terbukti mampu membangun kepercayaan, mengelola perbedaan kepentingan, serta menciptakan suasana negosiasi yang kondusif dan berimbang. Melalui komunikasi interpersonal yang efektif, proses negosiasi tidak hanya berorientasi pada pencapaian kesepakatan harga, tetapi juga pada pembentukan hubungan bisnis yang berkelanjutan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa nilai budaya, transparansi, dan empati menjadi elemen kunci yang memperkuat posisi komunikasi interpersonal dalam negosiasi bisnis berbasis UMKM kreatif, sekaligus memperkaya kajian komunikasi bisnis dengan perspektif lokal yang kontekstual. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup lokasi dan jumlah informan, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan praktik negosiasi pada sektor tenun tradisional di wilayah lain.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pelaku UMKM, khususnya yang bergerak di bidang industri kreatif berbasis budaya, mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal secara berkelanjutan sebagai bagian dari strategi bisnis. Praktisi diharapkan tidak hanya fokus pada aspek teknis negosiasi, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan, empati, dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan kajian lanjutan dengan memperluas objek penelitian, menerapkan triangulasi metode, atau mengombinasikan pendekatan kualitatif dengan kuantitatif untuk memperoleh pemahaman yang

lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengeksplorasi peran komunikasi interpersonal dalam negosiasi bisnis lintas budaya yang lebih luas guna memperkaya perspektif dan kontribusi keilmuan di bidang komunikasi dan manajemen bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Binrany, Y. A., Manurung, O. T., Tarigan, C. P., Saragih, L. S. & Baskoro, D. A.. (2024). Peran Teknik Negosiasi dan Komunikasi Dalam Menjalankan Bisnis. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(4), 202-210. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i4.3583>
- Brett, J. M., Gunia, B. C., & Teucher, B. M. (2017). Culture and negotiation strategy: A framework for future research. *Academy of Management Perspectives*, 31(4), 288–308. <https://doi.org/10.5465/amp.2015.0195>
- Fatehi, K., & Choi, J. (2019). International Communication and Negotiation (pp. 109–143). https://doi.org/10.1007/978-3-319-96622-9_4
- Kustianti, A. R., & Murwaningsari, E. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Hijau, Manajemen Rantai Pasokan Hijau Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 20-29. <https://doi.org/10.35143/jakb.v16i1.5857>
- Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (n.d.). Negotiation : readings, exercises and cases.
- Pujianto, S., Arilyn, E.J., Suryawan, I. N. & Soediono, W. (2023). Membangun Sikap Kerja Profesional Karyawan Anara Airport Hotel Tangerang, Indonesia Berdaya, 4(2), 589-594. <https://doi.org/10.47679/ib.2023461>
- Rivelino & Mustiari, N. K. (2022). Teknik Negosiasi dalam Pelaksanaan Tugas Fungsi Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Klungkung Provinsi Bali. *Jurnal Bestari*, 3(1), 38-47
- Rouddah, K. N., Barkah, C. S., & Novel, N. J. A. (2021). Analisis Negosiasi Bisnis Perusahaan Trading dengan Pengepul Kopi Toraja (Studi Pada PT. Danapati Prakasa Sentosa). *Jurnal Bisnis Strategi*, 30(1), 47-53. <https://doi.org/10.14710/jbs.30.1.47-53>
- Saing, C. N. ., Nasution, N., Hasibuan, N., Nazara, B. S. ., & Suhairi, S. (2023). Lobi dan Negosiasi dalam Komunikasi Bisnis Membangun Hubungan yang Kuat Mencapai Kesepakatan Bersama. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 14035-14039. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.8632>
- Subhani, Harinawati, Ali, M. & Maulidayanti (2021). Negosiasi pembeli dan pedagang di pasar tradisional Geudong (Studi pada Penjual Pakaian Dewasa di Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara Periode Bulan Januari-Mei 2021). *Jurnal Ilmu Komunikasi: Jurnalisme*, 10(1), 91-103. <https://doi.org/10.29103/jj.v10i1.4884>
- Suryana, E., & Yuliana, R. (2018). Manajemen Hubungan Industrial. Bandung: Alfabeta.

Suryawan, I. N. (2024). Does Employee-Related Factors Success Mediate To The MSME's Marine Products Business? *Jurnal Manajemen*, 28(3), 613-630.
<https://doi.org/10.24912/jm.v28i3.2119>

Zhang, Z. X., Liu, L. A., & Ma, L. (2021). Negotiation beliefs: Comparing Americans and the Chinese. *International Business Review*, 30(5).
<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101849>