

Penggunaan Bahasa Indonesia Formal dalam Negosiasi Bisnis

Sintya Noer Azizah^{1*}, Fany Fadilah², Nur Khofifah Fauzi³, Mirnawati⁴, Salsabilla Azzahra Nazwa Achmad⁵, Khinanty Resaskia⁶

^{1,2,3,4,5,6} Politeknik Negeri Jakarta

Abstrak: Dalam dinamika pasar yang terus berkembang, kemampuan bernegosiasi secara efektif menjadi kunci keberhasilan bisnis. Negosiasi bisnis, yang menjadi inti dari setiap transaksi komersial, menghadapi tantangan baru terkait penggunaan bahasa Indonesia formal di tengah meningkatnya frekuensi komunikasi antar perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran bahasa Indonesia dalam konteks negosiasi bisnis di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui analisis literatur terkait yang membahas strategi komunikasi dalam negosiasi. Metode yang diterapkan adalah analisis kualitatif untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif dalam menggunakan bahasa Indonesia untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia formal yang baik dan tepat sangat krusial dalam membangun hubungan bisnis yang kuat dan mencapai hasil negosiasi yang optimal. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya adaptasi bahasa sesuai dengan konteks budaya dan sosial dalam negosiasi bisnis di Indonesia. Temuan ini memberikan wawasan bagi praktisi bisnis dalam meningkatkan keterampilan komunikasi mereka dalam negosiasi.

Kata Kunci: Bahasa Indonesia, Hubungan Bisnis, Komunikasi Efektif, Negosiasi Bisnis, Strategi Komunikasi

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jbdi.v2i1.3529>

*Correspondence: Sintya Noer Azizah

Email:

sintya.noer.azizah.an24@stu.pnj.ac.id

Received: 10-12-2024

Accepted: 17-01-2025

Published: 26-02-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: In an ever-evolving market dynamic, the ability to negotiate effectively is key to business success. Business negotiations, which are at the core of every commercial transaction, face new challenges related to the use of formal Indonesian language amidst the increasing frequency of communication between companies. This study aims to examine the role of Indonesian in the context of business negotiations in Indonesia. The data used in this study was obtained through the analysis of relevant literature that discusses communication strategies in negotiations. The method applied is qualitative analysis to identify effective communication strategies in using Indonesian to reach a mutually beneficial agreement. The results show that good and appropriate use of formal Indonesian is crucial in building strong business relationships and achieving optimal negotiation outcomes. In addition, this study highlights the importance of language adaptation according to the cultural and social context in business negotiations in Indonesia. The findings provide insights for business practitioners in improving their communication skills in negotiations.

Keywords: Indonesian Language; Business Relationship; Effective Communication; Business Negotiation; Communication Strategy

Pendahuluan

Dalam dinamika pasar yang terus berkembang, kemampuan bernegosiasi secara efektif menjadi kunci keberhasilan bisnis. Negosiasi bisnis, yang merupakan inti dari setiap transaksi komersial, tidak hanya melibatkan aspek ekonomi, tetapi juga aspek komunikasi yang sangat penting. Dalam konteks Indonesia, di mana keragaman budaya dan bahasa sangat kaya, penggunaan bahasa Indonesia yang efektif menjadi sangat krusial. Bahasa Indonesia, sebagai bahasa resmi negara, berperan sebagai alat komunikasi utama yang tidak hanya memfasilitasi penyampaian informasi, tetapi juga membangun hubungan yang saling percaya antara para negosiator (Anom, 2004).

Penggunaan bahasa yang tepat dalam negosiasi dapat mengurangi risiko kesalahpahaman dan menciptakan suasana yang kondusif untuk diskusi yang konstruktif. Hal ini sangat penting mengingat bahwa negosiasi seringkali melibatkan berbagai pihak dengan latar belakang yang berbeda, baik dari segi budaya maupun pengalaman. Dalam konteks ini, strategi komunikasi yang efektif dalam negosiasi bisnis sangat penting untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Beberapa strategi, seperti mendengarkan aktif, penggunaan bahasa yang jelas dan sederhana, serta kemampuan untuk berempati, dapat meningkatkan peluang untuk mencapai hasil yang diinginkan (Tazkiya et al., 2021).

Lebih jauh lagi, penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dalam bahasa Indonesia dapat meningkatkan kepercayaan dan memperkuat hubungan antar pihak dalam negosiasi (Puspitasari et al., 2024). Dalam situasi di mana kepercayaan menjadi elemen kunci, penggunaan bahasa yang formal dan sopan dapat menciptakan kesan positif dan menunjukkan profesionalisme. Namun, tantangan muncul ketika negosiator tidak hanya berhadapan dengan bahasa formal, tetapi juga dengan istilah-istilah teknis dan jargon yang mungkin tidak dipahami oleh semua pihak. Oleh karena itu, penting bagi para negosiator untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang konteks dan audiens mereka.

Selain itu, pentingnya adaptasi bahasa sesuai dengan konteks budaya dan sosial dalam negosiasi bisnis di Indonesia tidak dapat diabaikan. Keragaman budaya dan bahasa yang ada di Indonesia menuntut para negosiator untuk memahami dan menghargai perbedaan tersebut agar komunikasi dapat berlangsung dengan efektif (Pradani et al., 2024). Misalnya, dalam beberapa budaya, penggunaan bahasa yang lebih formal dan sopan sangat dihargai, sementara dalam budaya lain, pendekatan yang lebih santai mungkin lebih diterima. Oleh karena itu, kemampuan untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan konteks budaya yang berbeda menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki oleh para negosiator.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran bahasa Indonesia dalam konteks negosiasi bisnis dan mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Dengan menggunakan metode analisis kualitatif, penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai aspek komunikasi dalam negosiasi, termasuk penggunaan bahasa, strategi komunikasi, dan pengaruh budaya terhadap proses negosiasi. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para pelaku bisnis, akademisi, dan praktisi dalam meningkatkan keterampilan komunikasi mereka dalam negosiasi.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan berkontribusi pada pengembangan pemahaman kita tentang penggunaan bahasa dalam dunia bisnis di Indonesia, tetapi juga memberikan panduan bagi para negosiator untuk mencapai hasil yang optimal dalam setiap transaksi. Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dalam konteks lokal menjadi salah satu kunci keberhasilan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan keterampilan komunikasi di kalangan para profesional bisnis, serta memperkuat hubungan antar perusahaan dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks (Laksana & Fitrianti, 2024).

Metode Penelitian

Metode penelitian "Penggunaan Bahasa Indonesia Formal dalam Negosiasi Bisnis" menggunakan pendekatan studi pustaka dan analisis kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis sumber literatur yang relevan. Penelitian ini akan mencari sumber terkini, seperti artikel jurnal, buku, dan laporan penelitian, yang membahas penggunaan bahasa Indonesia dalam negosiasi. Fokusnya meliputi keterampilan berbicara, penggunaan bahasa formal, dan adaptasi bahasa sesuai konteks budaya (Anom, 2004).

Selanjutnya, analisis kritis terhadap literatur-literatur tersebut akan dilakukan untuk mengidentifikasi tren, temuan, dan pendekatan-pendekatan yang telah diterapkan oleh peneliti sebelumnya. Fokus utama dalam studi pustaka ini adalah pemahaman mendalam terhadap konsep-konsep seperti kesalahan berbahasa, pengaruh bahasa terhadap hubungan bisnis, dan faktor-faktor yang memengaruhi komunikasi dalam negosiasi (Isma & Utami, 2017).

Dalam mengeksplorasi strategi komunikasi yang efektif, penelitian ini akan menganalisis literatur yang membahas teknik-teknik komunikasi yang dapat meningkatkan hasil negosiasi. Beberapa strategi yang akan diperhatikan meliputi mendengarkan aktif, penggunaan bahasa yang jelas dan sederhana, serta kemampuan untuk berempati (Puspitasari et al., 2024). Penelitian ini juga akan menyoroti pentingnya penggunaan bahasa Indonesia formal yang baik dan tepat dalam membangun hubungan bisnis yang kuat dan mencapai hasil negosiasi yang optimal (Laksana & Fitrianti, 2024).

Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi dimensi komunikasi lintas budaya dalam negosiasi bisnis. Studi pustaka akan mencakup literatur yang membahas norma-norma budaya dan perbedaan dalam gaya berkomunikasi yang dapat memengaruhi proses negosiasi (Pradani et al., 2024). Analisis terhadap literatur-literatur ini akan memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana kesalahan berbahasa dapat timbul sebagai akibat dari ketidakpahaman terhadap konteks budaya dan sosial.

Metode analisis kualitatif akan diterapkan untuk mengidentifikasi dan merangkum temuan-temuan dari literatur yang telah dikaji. Dengan menggabungkan temuan-temuan dari berbagai sumber, penelitian ini akan membangun kerangka konseptual yang kokoh untuk memahami dan menggambarkan peran bahasa Indonesia dalam negosiasi bisnis. Studi pustaka ini akan menjadi pijakan yang solid untuk merancang pendekatan penelitian yang relevan dan mendalam untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

Hasil dan Pembahasan

Tantangan bahasa dalam konteks negosiasi bisnis di Indonesia mencerminkan dinamika kompleks dari interaksi sosial dan budaya yang beragam. Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif menjadi kunci untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Pertama-tama, penggunaan bahasa Indonesia formal yang baik dan tepat menjadi aspek penting dalam membangun hubungan bisnis yang kuat. Dalam negosiasi, bahasa Indonesia berfungsi sebagai alat komunikasi utama yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan antara para negosiator. Bahasa yang digunakan dalam negosiasi harus mampu menciptakan suasana saling percaya dan menghargai antara pihak-pihak yang terlibat (Anom, 2004). Penggunaan bahasa yang tepat dapat mengurangi risiko kesalahpahaman dan menciptakan suasana yang kondusif untuk diskusi yang konstruktif, terutama ketika melibatkan berbagai pihak dengan latar belakang budaya yang berbeda.

Selanjutnya, strategi komunikasi yang efektif dalam negosiasi bisnis sangat penting untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Beberapa strategi, seperti mendengarkan aktif, penggunaan bahasa yang jelas dan sederhana, serta kemampuan untuk berempati, dapat meningkatkan peluang untuk mencapai hasil yang diinginkan. Mendengarkan aktif adalah keterampilan penting yang memungkinkan negosiator untuk menangkap nuansa dan kebutuhan yang mungkin tidak diungkapkan secara eksplisit (Tazkiya et al., 2021). Dengan mendengarkan secara aktif, negosiator dapat menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap pandangan pihak lain, yang pada gilirannya dapat menciptakan suasana yang lebih positif.

Namun, tantangan muncul ketika negosiator harus berhadapan dengan istilah-istilah teknis dan jargon yang mungkin tidak dipahami oleh semua pihak. Dalam situasi seperti ini, kesalahan dalam penggunaan istilah dapat menyebabkan kebingungan dan menghambat proses negosiasi. Oleh karena itu, penting bagi para negosiator untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang konteks dan audiens mereka. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dalam bahasa Indonesia dapat meningkatkan kepercayaan dan memperkuat hubungan antar pihak dalam negosiasi. Penggunaan bahasa yang formal dan sopan dapat menciptakan kesan positif dan menunjukkan profesionalisme (Pradani et al., 2024). Dalam situasi di mana kepercayaan menjadi elemen kunci, penggunaan bahasa yang tepat sangat penting.

Adaptasi bahasa sesuai dengan konteks budaya dan sosial dalam negosiasi bisnis di Indonesia juga tidak dapat diabaikan. Keragaman budaya dan bahasa yang ada di Indonesia menuntut para negosiator untuk memahami dan menghargai perbedaan tersebut agar komunikasi dapat berlangsung dengan efektif. Kemampuan untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan konteks budaya yang berbeda menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki oleh para negosiator (Pradani et al., 2024). Misalnya, dalam beberapa budaya, penggunaan bahasa yang lebih formal dan sopan sangat dihargai, sementara dalam budaya lain, pendekatan yang lebih santai mungkin lebih diterima. Hal ini menunjukkan bahwa negosiator perlu fleksibel dalam pendekatan komunikasi mereka.

Dalam menghadapi tantangan ini, penelitian ini menyoroti pentingnya pelatihan dan pengembangan keterampilan komunikasi yang fleksibel. Meningkatkan kesadaran budaya dan bahasa melalui pelatihan dan studi kasus dapat membantu negosiator untuk lebih siap dalam menghadapi keragaman yang ada. Pelatihan keterampilan berbicara dalam negosiasi dapat meningkatkan kemampuan individu untuk berkomunikasi secara efektif (Aster et al., 2015). Selain itu, membangun hubungan baik dan menggunakan pendekatan diplomatis dapat mengatasi persepsi dan stereotip yang mungkin mempengaruhi komunikasi. Dengan demikian, pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan interpersonal dan komunikasi lintas budaya menjadi sangat penting dalam konteks negosiasi bisnis.

Penggunaan bahasa yang tepat juga berkontribusi pada penguatan hubungan antar perusahaan. Komunikasi yang efektif dalam negosiasi dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara pihak-pihak yang terlibat (Laksana & Fitrianti, 2024). Dalam dunia bisnis yang kompetitif, membangun hubungan yang kuat dapat menjadi aset berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu, negosiator perlu menyadari bahwa setiap interaksi adalah kesempatan untuk membangun kepercayaan dan reputasi.

Selain itu, tantangan bahasa dalam negosiasi bisnis juga mencakup perbedaan dalam dialek dan bahasa daerah. Keragaman ini dapat menyebabkan kesalahpahaman yang signifikan jika tidak ditangani dengan baik. Perbedaan dialek dapat mempengaruhi cara pesan diterima dan dipahami (Rizkylanfi & Fitriana, 2022). Oleh karena itu, penting bagi negosiator untuk memiliki pengetahuan tentang dialek dan bahasa daerah yang mungkin digunakan oleh pihak lain dalam negosiasi. Hal ini tidak hanya membantu dalam menghindari kesalahpahaman, tetapi juga menunjukkan rasa hormat terhadap budaya dan bahasa pihak lain.

Dalam konteks ini, penggunaan teknologi juga dapat menjadi alat yang berguna untuk mengatasi tantangan bahasa. Teknologi komunikasi dapat membantu memfasilitasi interaksi yang lebih baik antara pihak-pihak yang terlibat dalam negosiasi (Geovani Rumahorbo et al., 2023). Dengan memanfaatkan alat komunikasi modern, seperti aplikasi penerjemahan atau platform video konferensi, negosiator dapat mengurangi hambatan bahasa dan meningkatkan pemahaman antar pihak. Namun, penting untuk diingat bahwa teknologi tidak dapat sepenuhnya menggantikan keterampilan komunikasi interpersonal yang baik.

Selanjutnya, pentingnya membangun kepercayaan dalam negosiasi tidak dapat diabaikan. Kepercayaan adalah fondasi dari setiap hubungan bisnis yang sukses. Kepercayaan yang dibangun melalui komunikasi yang efektif dapat mempercepat proses negosiasi (Isma & Utami, 2017). Dalam hal ini, penggunaan bahasa yang sopan dan formal dapat membantu menciptakan kesan positif dan menunjukkan komitmen terhadap kesepakatan yang sedang dibahas. Negosiator yang mampu berkomunikasi dengan baik dan menunjukkan integritas akan lebih mungkin untuk mendapatkan kepercayaan dari pihak lain.

Akhirnya, tantangan bahasa dalam negosiasi bisnis di Indonesia melibatkan dinamika kompleks dari penggunaan bahasa, strategi komunikasi, dan pengaruh budaya.

Penelitian ini memberikan wawasan yang bermanfaat bagi praktisi bisnis dalam meningkatkan keterampilan komunikasi mereka dalam negosiasi. Dengan memahami dan menghargai keberagaman budaya serta menerapkan strategi komunikasi yang efektif, para negosiator dapat mencapai hasil yang optimal dalam setiap transaksi bisnis. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan keterampilan komunikasi di kalangan para profesional bisnis, serta memperkuat hubungan antar perusahaan dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Dengan demikian, penting bagi para pelaku bisnis untuk terus mengembangkan kemampuan komunikasi mereka agar dapat beradaptasi dengan perubahan dan tantangan yang ada di dunia bisnis yang dinamis ini.

Simpulan

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya penggunaan bahasa Indonesia formal dalam konteks negosiasi bisnis di Indonesia, yang merupakan kunci untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung, kemampuan berkomunikasi secara efektif menjadi sangat penting, terutama di tengah keragaman budaya dan bahasa yang ada. Bahasa Indonesia, sebagai bahasa resmi, berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai jembatan untuk membangun kepercayaan antara para negosiator. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang penggunaan bahasa yang tepat dalam negosiasi menjadi sangat krusial.

Pertama-tama, penggunaan bahasa Indonesia formal yang baik dan tepat menjadi aspek penting dalam membangun hubungan bisnis yang kuat. Dalam negosiasi, bahasa yang digunakan harus mampu menciptakan suasana saling percaya dan menghargai antara pihak-pihak yang terlibat. Penggunaan bahasa yang jelas dan sopan dapat mengurangi risiko kesalahpahaman dan menciptakan suasana yang kondusif untuk diskusi yang konstruktif. Hal ini sangat penting mengingat bahwa negosiasi sering melibatkan berbagai pihak dengan latar belakang budaya yang berbeda, sehingga komunikasi yang efektif menjadi kunci untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Selanjutnya, strategi komunikasi yang efektif dalam negosiasi bisnis sangat penting untuk mencapai hasil yang diinginkan. Beberapa strategi, seperti mendengarkan aktif, penggunaan bahasa yang sederhana, dan kemampuan untuk berempati, dapat meningkatkan peluang untuk mencapai kesepakatan. Mendengarkan aktif, misalnya, memungkinkan negosiator untuk menangkap nuansa dan kebutuhan yang mungkin tidak diungkapkan secara eksplisit. Dengan menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap pandangan pihak lain, negosiator dapat menciptakan suasana yang lebih positif dan produktif.

Namun, tantangan muncul ketika negosiator harus berhadapan dengan istilah-istilah teknis dan jargon yang mungkin tidak dipahami oleh semua pihak. Dalam situasi seperti ini, kesalahan dalam penggunaan istilah dapat menyebabkan kebingungan dan menghambat proses negosiasi. Oleh karena itu, penting bagi para negosiator untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang konteks dan audiens mereka. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dalam bahasa Indonesia dapat meningkatkan

kepercayaan dan memperkuat hubungan antar pihak dalam negosiasi, sehingga penggunaan bahasa yang formal dan sopan menjadi sangat penting.

Adaptasi bahasa sesuai dengan konteks budaya dan sosial dalam negosiasi bisnis di Indonesia juga tidak dapat diabaikan. Keragaman budaya dan bahasa yang ada di Indonesia menuntut para negosiator untuk memahami dan menghargai perbedaan tersebut agar komunikasi dapat berlangsung dengan efektif. Kemampuan untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan konteks budaya yang berbeda menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki oleh para negosiator. Misalnya, dalam beberapa budaya, penggunaan bahasa yang lebih formal dan sopan sangat dihargai, sementara dalam budaya lain, pendekatan yang lebih santai mungkin lebih diterima.

Dalam menghadapi tantangan ini, penelitian ini menyoroti pentingnya pelatihan dan pengembangan keterampilan komunikasi yang fleksibel. Meningkatkan kesadaran budaya dan bahasa melalui pelatihan dan studi kasus dapat membantu negosiator untuk lebih siap dalam menghadapi keragaman yang ada. Selain itu, membangun hubungan baik dan menggunakan pendekatan diplomatis dapat mengatasi persepsi dan stereotip yang mungkin mempengaruhi komunikasi. Dengan demikian, pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan interpersonal dan komunikasi lintas budaya menjadi sangat penting dalam konteks negosiasi bisnis.

Akhirnya, tantangan bahasa dalam negosiasi bisnis di Indonesia melibatkan dinamika kompleks dari penggunaan bahasa, strategi komunikasi, dan pengaruh budaya. Penelitian ini memberikan wawasan yang bermanfaat bagi praktisi bisnis dalam meningkatkan keterampilan komunikasi mereka dalam negosiasi. Dengan memahami dan menghargai keberagaman budaya serta menerapkan strategi komunikasi yang efektif, para negosiator dapat mencapai hasil yang optimal dalam setiap transaksi bisnis. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan keterampilan komunikasi di kalangan profesional bisnis, serta memperkuat hubungan antar perusahaan dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Dengan demikian, penting bagi para pelaku bisnis untuk terus mengembangkan kemampuan komunikasi mereka agar dapat beradaptasi dengan perubahan dan tantangan yang ada di dunia bisnis yang dinamis ini.

Daftar Pustaka

- Agag, G. (2019). E-commerce Ethics and Its Impact on Buyer Repurchase Intentions and Loyalty: An Empirical Study of Small and Medium Egyptian Businesses. *Journal of Business Ethics*, 154(2), 389-410, ISSN 0167-4544, <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3452-3>
- Anom, E. (2004). Komunikasi dalam Negosiasi Bisnis. In *Bisnis Jurnal Komunikologi* (Vol. 1, Issue 2).
- Aster, O. :, Ati, P., & Pd, M. (2015). Keterampilan Berbicara dalam Negosiasi. *Journal Applied Buisness and Economics*, 1(3), 200–212.
- Fernández-Rovira, C. (2021). The digital transformation of business. Towards the datafication of the relationship with customers. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, ISSN 0040-1625, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120339>

- Geovani Rumahorbo, L., Anindhya Meyra T, S. L., Riris Simanjuntak, I., Situmorang, K., Naurah Saalsabila, A., Dwi Navita, D., & Sholihatin, E. (2023). Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Komunikasi Marketing di Perusahaan Honda Pt Lumenindo Gilang Cahaya Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 296–307. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8208317>
- Hock-Doepgen, M. (2021). Knowledge management capabilities and organizational risk-taking for business model innovation in SMEs. *Journal of Business Research*, 130, 683–697, ISSN 0148-2963, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.001>
- Isma, F., & Utami, D. (2017). Efektivitas Komunikasi Negosiasi dalam Bisnis. *Komunike*, ix(2), 105–122.
- Kazancoglu, I. (2021). Circular economy and the policy: A framework for improving the corporate environmental management in supply chains. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 590–608, ISSN 0964-4733, <https://doi.org/10.1002/bse.2641>
- Laksana, A., & Fitrianti, R. (2024). Strategi Negosiasi Pengadaan Barang dan Jasa (Studi di PT Pajar Perkasa Banten). *Journal of Society and Communico*, 01(01), 1–17. <https://doi.org/10.46306/jsco.v1i1>
- Luo, Y. (2016). How valuable is information and communication technology? A study of emerging economy enterprises. *Journal of World Business*, 51(2), 200–211, ISSN 1090-9516, <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.06.001>
- Pradani, S. P. N., Wardani, P. A., Afifah, N. N., Sahesti, I., Tivan, K., & Arum, D. P. (2024). Komunikasi Lintas Budaya: Strategi Pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam Pertemuan Bisnis. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i2.2337>
- Puspitasari, P., Lukmana Putra, I., Putri Ramadhani, R., Faqihuddin Putra, Z., Negeri Malang, P., Penipuspitasari, I., Kata Kunci, A., Bahasa Indonesia, P., & Berbahasa, K. (2024). Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Dunia Usaha dan Dunia Industri (Dudi) Bidang Jasa. *Indonesian Research Journal on Education Web Jurnal Indonesian Research Journal on Education*, 4(4), 1973–1983.
- Rizkylanfi, M. W., & Fitriana, A. K. (2022). Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Interaksi Komunikasi Jual Beli di Pasar Tradisional Gegerkalong, Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 60–69.
- Suki, N. (2017). Determining students' behavioural intention to use animation and storytelling applying the UTAUT model: The moderating roles of gender and experience level. *International Journal of Management Education*, 15(3), 528–538, ISSN 1472-8117, <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.10.002>
- Tang, K.H.D. (2022). Movement control as an effective measure against Covid-19 spread in Malaysia: an overview. *Journal of Public Health (Germany)*, 30(3), 583–586, ISSN 2198-1833, <https://doi.org/10.1007/s10389-020-01316-w>
- Tazkiya, A., Sonia, G., Sopian Saparingga, H., & Aldiansyah dan Ricky Firmansyah, M. (2021). Meraih Keberhasilan Negosiasi Bisnis melalui Keterampilan Berkomunikasi. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 1(5), 345–358. <http://sosains.greenvest.co.id>

Trener, B. (2021). Preparing Workplaces for Digital Transformation: An Integrative Review and Framework of Multi-Level Factors. *Frontiers in Psychology*, 12, ISSN 1664-1078, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.620766>