

## Profil Negosiator Bisnis Wanita Pengusaha

YUSUF HAMDAN,<sup>1</sup> ANNE RATNASARI,<sup>2</sup> AZIZ TAUFIK HIRZI<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba, Jl. Tamansari No. 1 Bandung  
email: <sup>1</sup> yusuf.hamdan@gmail.com, <sup>2</sup> anne\_ratna@yahoo.co.id, <sup>3</sup> azizhirzi@yahoo.com

**Abstract.** This study is concerning the profile of entrepreneurs women business negotiation skills in marketing products and services. The aim of this research is to determine the ability of business negotiation in order to establish cooperation and competition, the use of verbal and nonverbal messages, as well as inhibiting factors in marketing products and services. The research applied qualitative methods with a single case study approach. Data collected by observation, literature study and through interviews. Informants of this research were women who are member of Association of Indonesia Entrepreneurs Women (IWAPI) of West Java. The findings of research on the ability of business negotiations to establish cooperation through negotiation phase including exploration, offerings, bargaining, completion, and validation. They did not compete, but they cooperate with others, and had personal characteristics as a strong negotiator, using a clear, concise, and positive meaningful verbal messages, whereas on nonverbal cues they paid attention on facial expression, eye contact, hand gestures, and the use of appropriate clothing.

**Keywords:** profile, negotiation, business, marketing, products, services.

**Abstrak.** Penelitian ini tentang profil kemampuan negosiasi bisnis wanita pengusaha dalam memasarkan produk dan jasa. Tujuannya untuk mengetahui kemampuan negosiasi bisnis untuk membangun kerjasama, dan bersaing, penggunaan pesan verbal dan nonverbal, serta faktor penghambat dalam memasarkan produk dan jasa. Metode penelitian ini kualitatif dengan studi kasus tunggal. Pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara mendalam, serta kepustakaan. Informan penelitian ini wanita pengusaha anggota Ikatan Pengusaha Wanita (IWAPI) Jawa Barat. Temuan penelitian tentang kemampuan negosiasi bisnis untuk membangun kerjasama melalui tahap negosiasi mencakup eksplorasi, penawaran, tawar-menawar, penyelesaian, dan pengesahan. Mereka tidak bersaing, melainkan bekerjasama dengan pihak lain, dan memiliki karakteristik personal sebagai negosiator cukup kuat, menggunakan pesan verbal secara jelas, singkat, dan bermakna positif, sedangkan pada nonverbal memperhatikan isyarat mimik muka, kontak mata, gerakan tangan, dan menggunakan busana yang sesuai.

**Kata kunci:** profil, negosiasi, bisnis, memasarkan, produk, jasa.

### Pendahuluan

Pelaku usaha telah berperan aktif untuk memajukan roda perekonomian di Indonesia. Seperti di Jawa Barat, Wanita pengusaha memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian daerah. Menurut Presiden Soesilo Bambang Yudhoyono wanita pengusaha "dapat mengembangkan diri menjadi *entrepreneur* sejati, *opportunity seeker* tapi juga *creator seeker*" ([www.presidentri.go.id/index.php/fokus/2007/11/14/2427.html](http://www.presidentri.go.id/index.php/fokus/2007/11/14/2427.html)).

Wanita pengusaha dalam pengembangan bisnisnya perlu dukungan berbagai pihak, seperti kebijakan pemerintah, modal, pelatihan, dan

sebagainya. Khusus untuk pengusaha kecil diperlukan "upaya pemberdayaan agar bisa terus berkembang" (Suara Karya Online, 8 Agustus 2008).

Aktivitas bisnis di bidang produk dan jasa dilakukan para wanita pengusaha tersebut. Kontribusinya terlihat pada peluang kesempatan kerja bagi masyarakat. Begitu juga di Jawa Barat, kegiatan bisnis para wanita pengusaha berkembang pesat. Mereka menjalankan usaha antara lain dengan melahirkan ide kreatif, seperti produk busana, kerajinan dan makanan (kue kering, kue basah, keripik, catering, dsb.), bidang transportasi, mebeuler, dan konveksi. Di bidang perdagangan, seperti menjual permata, baju,