

Dampak Penggunaan Taktik Etis Dan Tidak Etis Terhadap Hubungan Jangka Panjang Dalam Negosiasi Bisnis

Chandra Prayoga¹, Achmad Taufik², Saptia Wulan Dini³, Yudhistira Sukamto⁴, Zahwa Davina⁵,
Wilchan Robain⁶

Fakultas Sosial Dan Sains, Prodi Manajemen, Universitas Pembangunan Pancabudi
Author: Chandra Prayoga, E-Mail: Chandraprayoga694@gmail.com

Published: Nopember, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan taktik etis dan tidak etis terhadap hubungan jangka panjang dalam negosiasi bisnis. Dalam konteks dunia bisnis modern yang kompetitif, proses negosiasi menjadi faktor penting dalam membangun kemitraan dan mempertahankan hubungan profesional. Penggunaan taktik etis, seperti kejujuran, transparansi, dan saling menghormati, dapat menciptakan kepercayaan serta memperkuat kerja sama jangka panjang antar pihak. Sebaliknya, penerapan taktik tidak etis seperti manipulasi, kebohongan, dan eksploitasi informasi dapat menghasilkan keuntungan sesaat namun berpotensi merusak reputasi dan kepercayaan bisnis di masa depan. Melalui pendekatan deskriptif dan analisis literatur, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan negosiasi tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir, tetapi juga oleh proses yang menjunjung nilai-nilai etika sebagai fondasi hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: taktik etis, taktik tidak etis, negosiasi bisnis, hubungan jangka panjang, etika bisnis.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of using ethical and unethical tactics on long-term relationships in business negotiations. In the context of a modern and competitive business environment, the negotiation process plays a crucial role in building partnerships and maintaining professional relationships. The use of ethical tactics, such as honesty, transparency, and mutual respect, can foster trust and strengthen long-term cooperation between parties. Conversely, the application of unethical tactics such as manipulation, deception, and exploitation of information may yield short-term gains but can potentially damage reputation and trust in future business interactions. Through a descriptive approach and literature analysis, this study reveals that negotiation success is not only determined by its final outcome but also by the process that upholds ethical values as the foundation for sustainable business relationships.

Keywords: ethical tactics, unethical tactics, business negotiation, long-term relationship, business ethics.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif, negosiasi menjadi salah satu aspek penting dalam mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan antara dua pihak atau lebih. Proses ini tidak hanya berkaitan dengan kemampuan komunikasi dan strategi, tetapi juga melibatkan nilai-nilai moral dan etika yang mendasarinya. Negosiasi yang dilakukan secara etis mampu menciptakan suasana saling percaya dan menghormati, yang pada akhirnya memperkuat hubungan bisnis dalam jangka panjang. Namun, praktik di lapangan sering kali menunjukkan bahwa sebagian pelaku bisnis menggunakan taktik tidak etis demi memperoleh keuntungan sesaat tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap hubungan profesional ke depan. Fenomena ini menjadi isu penting yang perlu dikaji untuk memahami bagaimana pilihan taktik dalam negosiasi dapat memengaruhi keberlanjutan hubungan bisnis.

Etika dalam negosiasi tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang efektif dalam membangun reputasi perusahaan. Penerapan taktik etis seperti kejujuran, keterbukaan informasi, dan menghormati kesepakatan mampu menumbuhkan rasa kepercayaan yang menjadi fondasi hubungan jangka panjang. Sebaliknya, penggunaan taktik tidak etis seperti penipuan, tekanan berlebihan, atau manipulasi informasi dapat menyebabkan keretakan hubungan dan menurunkan kredibilitas pelaku bisnis di mata mitra maupun publik. Dalam jangka panjang, strategi tidak etis berpotensi menciptakan citra negatif bagi perusahaan, menghambat kolaborasi, serta menurunkan daya saing di pasar global yang semakin menuntut transparansi dan tanggung jawab sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana taktik etis dan tidak etis memengaruhi keberlangsungan hubungan bisnis jangka panjang. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan analisis literatur, penelitian ini berusaha memberikan pemahaman menyeluruh tentang hubungan antara etika negosiasi dan keberhasilan hubungan bisnis yang berkelanjutan. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi bagi dunia akademik dan praktisi bisnis dalam mengembangkan strategi negosiasi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai moral dan sosial sebagai dasar utama keberhasilan bisnis jangka panjang.

PEMBAHASAN

Bentuk dan karakteristik taktik etis serta tidak etis dalam negosiasi bisnis

Dalam praktik negosiasi bisnis, taktik yang digunakan oleh para pelaku sangat beragam dan dipengaruhi oleh tujuan, kondisi pasar, serta nilai-nilai yang dianut oleh masing-masing pihak. Taktik etis dalam negosiasi mencakup pendekatan yang menjunjung tinggi kejujuran, transparansi, dan saling menghormati. Pihak yang bernegosiasi secara etis cenderung mengutamakan win-win solution, di mana kedua belah pihak mendapatkan manfaat yang seimbang dan tidak merasa dirugikan. Sementara itu, taktik tidak etis biasanya berfokus pada pencapaian keuntungan sepihak dengan mengorbankan pihak lain, misalnya melalui kebohongan, penyembunyian informasi penting, atau manipulasi psikologis terhadap lawan negosiasi.

Karakteristik utama dari taktik etis terletak pada integritas dan keadilan yang mendasari setiap tindakan. Pelaku bisnis yang menjunjung etika akan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari setiap keputusan yang diambil, bukan hanya keuntungan sesaat.¹ Mereka percaya bahwa hubungan yang dilandasi kepercayaan akan memberikan stabilitas dan peluang kerja sama yang lebih besar di masa depan. Sebaliknya, taktik tidak etis lebih menonjolkan aspek oportunistik, di mana pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk memenangkan negosiasi tanpa memperhatikan konsekuensi moral atau sosialnya.

Selain itu, perbedaan mencolok antara kedua jenis taktik ini juga terlihat dari cara komunikasi yang digunakan. Taktik etis menekankan pada komunikasi yang terbuka dan jujur, sedangkan taktik tidak etis sering memanfaatkan ambiguitas, tekanan emosional, atau bahkan ancaman untuk memengaruhi keputusan pihak lain. Dalam konteks budaya bisnis global, perbedaan nilai dan norma etika antarnegara juga dapat memengaruhi bentuk taktik yang dianggap dapat diterima atau tidak. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk memahami konteks budaya dan moral yang melandasi negosiasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.²

Dalam dunia akademik, para peneliti sering membagi taktik negosiasi menjadi dua kategori besar: distributif dan integratif. Taktik distributif cenderung bersifat kompetitif dan sering kali membuka peluang munculnya tindakan tidak etis, karena salah satu pihak berusaha memperoleh keuntungan maksimal. Sebaliknya, taktik integratif lebih berorientasi pada kerja sama dan mencari solusi kreatif yang menguntungkan kedua pihak, sehingga lebih dekat dengan nilai-nilai etis. Dengan demikian, karakteristik etika dalam negosiasi sangat menentukan kualitas interaksi bisnis yang terjalin antara pihak-pihak yang bernegosiasi.

Dari perspektif praktis, pengenalan terhadap bentuk dan karakteristik taktik etis maupun tidak etis menjadi penting sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis. Perusahaan yang mampu menanamkan nilai-nilai etika dalam budaya kerjanya akan memiliki keunggulan dalam membangun reputasi dan loyalitas mitra bisnis. Sementara itu, pihak yang terus-menerus menggunakan taktik tidak etis mungkin akan mengalami penolakan, kehilangan kepercayaan, atau bahkan menghadapi sanksi hukum di kemudian hari. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan taktik etis merupakan langkah strategis dalam menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Dampak penerapan taktik etis terhadap kepercayaan dan keberlanjutan hubungan bisnis jangka panjang

Penerapan taktik etis dalam negosiasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pembentukan dan pemeliharaan kepercayaan antar pihak. Dalam konteks bisnis, kepercayaan merupakan modal sosial yang tidak dapat dibeli dengan uang, melainkan dibangun melalui interaksi yang konsisten, terbuka, dan saling menghormati. Taktik etis seperti keterbukaan informasi, kesetiaan pada kesepakatan, dan kejujuran dalam menyampaikan kondisi yang sebenarnya akan memperkuat persepsi positif terhadap integritas perusahaan.³ Hal ini mendorong terjalinnya hubungan yang kokoh dan berkelanjutan karena masing-masing pihak merasa aman dan dihargai dalam kerja sama tersebut.

Selain memperkuat kepercayaan, penerapan etika dalam negosiasi juga menciptakan citra profesional yang baik di mata publik maupun mitra bisnis. Reputasi sebagai pelaku bisnis yang menjunjung tinggi etika menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan daya saing. Dalam jangka panjang, citra ini berperan penting dalam membuka peluang kerja sama baru, baik di tingkat lokal maupun internasional. Etika bisnis yang kuat menjadi fondasi bagi pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan karena dapat menarik mitra yang memiliki visi dan nilai yang serupa.

Dampak positif lainnya dari penerapan taktik etis adalah terciptanya lingkungan kerja dan budaya organisasi yang sehat. Ketika nilai-nilai etika diterapkan secara konsisten, karyawan akan merasa bangga terhadap perusahaan dan lebih termotivasi untuk bekerja secara produktif. Lingkungan bisnis yang etis juga mengurangi risiko konflik internal dan eksternal karena setiap keputusan diambil berdasarkan prinsip keadilan dan tanggung jawab. Hal ini pada akhirnya meningkatkan efektivitas komunikasi, mempercepat proses negosiasi, dan mengurangi potensi perselisihan.

Dalam jangka panjang, kepercayaan yang dibangun melalui negosiasi etis dapat menghasilkan hubungan yang saling menguntungkan dan stabil. Mitra bisnis yang percaya akan lebih bersedia melakukan kerja sama

¹ Hasibuan, M. S. P. (2021). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, hlm. 144–147.

² Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (2020). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. New York: McGraw-Hill Education, hlm. 215–220.

³ Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2021). *Negotiation: Readings, Exercises, and Cases* (8th ed.). New York: McGraw-Hill, hlm. 58–65.

berulang, memberikan informasi penting, serta berbagi risiko dalam situasi sulit. Hubungan yang demikian tidak hanya menciptakan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperkuat jaringan sosial yang menjadi aset strategis bagi keberlangsungan bisnis. Dengan kata lain, etika dalam negosiasi menjadi investasi jangka panjang yang mendukung keberlanjutan perusahaan.⁴

Akhirnya, keberhasilan negosiasi yang etis tidak hanya diukur dari hasil kesepakatan, tetapi dari bagaimana proses tersebut dijalankan. Ketika kedua pihak merasa diperlakukan dengan adil dan terhormat, maka hasil negosiasi cenderung lebih diterima dan dijaga pelaksanaannya. Oleh karena itu, dalam dunia bisnis modern, taktik etis menjadi kunci dalam membangun hubungan jangka panjang yang dilandasi rasa saling percaya, profesionalisme, dan tanggung jawab sosial.

Pengaruh penggunaan taktik tidak etis terhadap reputasi dan stabilitas hubungan bisnis

Penggunaan taktik tidak etis dalam negosiasi sering kali menghasilkan keuntungan sesaat, namun membawa konsekuensi negatif yang besar terhadap reputasi dan stabilitas hubungan bisnis. Tindakan seperti menyembunyikan informasi penting, memberikan janji palsu, atau menekan pihak lain secara emosional dapat menimbulkan rasa curiga dan kekecewaan. Ketika kepercayaan rusak, pihak yang dirugikan cenderung menghindari kerja sama di masa depan atau bahkan menyebarkan citra negatif terhadap pelaku bisnis tersebut. Akibatnya, reputasi perusahaan akan menurun dan hubungan bisnis menjadi tidak stabil.

Reputasi dalam dunia bisnis ibarat modal tak berwujud yang memengaruhi semua aspek operasional perusahaan. Sekali reputasi itu tercoreng, proses pemulihannya memerlukan waktu lama dan biaya besar. Pelaku bisnis yang dikenal sering menggunakan taktik tidak etis akan sulit mendapatkan mitra baru karena dianggap tidak dapat dipercaya. Selain itu, publik dan konsumen juga cenderung menjauh dari perusahaan yang terlibat dalam praktik tidak etis, sehingga dapat menurunkan nilai merek dan loyalitas pelanggan. Dampak ini menegaskan bahwa taktik tidak etis membawa risiko yang lebih besar dibandingkan keuntungan jangka pendek yang diperoleh.⁵

Dari perspektif hubungan antarorganisasi, penggunaan taktik tidak etis juga dapat menimbulkan konflik berkepanjangan. Ketika satu pihak merasa dirugikan, mereka mungkin akan menuntut kompensasi atau bahkan membawa kasus tersebut ke ranah hukum. Hal ini tidak hanya mengganggu stabilitas kerja sama, tetapi juga menguras sumber daya perusahaan. Selain itu, konflik yang muncul dapat menyita perhatian manajemen sehingga fokus terhadap pengembangan bisnis menjadi berkurang. Dalam konteks global, praktik tidak etis bahkan bisa berdampak pada sanksi internasional atau pembatasan kerja sama lintas negara.

Secara psikologis, hubungan yang didasarkan pada kecurangan dan ketidakjujuran akan kehilangan rasa saling percaya yang menjadi fondasi negosiasi efektif. Ketika rasa curiga sudah muncul, setiap negosiasi berikutnya akan berlangsung dalam suasana tegang dan penuh kewaspadaan. Hal ini menghambat komunikasi terbuka dan menurunkan kualitas hubungan profesional. Akibatnya, potensi kolaborasi jangka panjang semakin menurun, dan perusahaan kehilangan kesempatan untuk membangun jaringan bisnis yang kuat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan taktik tidak etis dalam negosiasi membawa dampak merugikan bagi semua pihak yang terlibat. Reputasi yang rusak dan hubungan bisnis yang tidak stabil akan mempersulit perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya di pasar. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu memahami bahwa etika bukan sekadar kewajiban moral, tetapi juga strategi penting untuk menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Strategi menyeimbangkan antara pencapaian tujuan negosiasi dan penerapan nilai-nilai etika bisnis

Menyeimbangkan antara pencapaian tujuan negosiasi dengan penerapan nilai-nilai etika merupakan tantangan yang sering dihadapi pelaku bisnis modern. Strategi yang tepat diperlukan agar kepentingan perusahaan tetap tercapai tanpa mengabaikan aspek moral dan sosial. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah integrative negotiation strategy, yaitu strategi yang berfokus pada pencarian solusi bersama yang memberikan manfaat bagi semua pihak. Pendekatan ini mendorong komunikasi terbuka, pemahaman terhadap kebutuhan masing-masing pihak, serta pencarian alternatif win-win yang menguntungkan secara etis.⁶

Selain itu, pendidikan dan pelatihan etika bisnis bagi para negosiator menjadi langkah penting dalam membentuk pola pikir yang seimbang antara keuntungan ekonomi dan nilai moral. Perusahaan perlu menanamkan nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam setiap proses negosiasi. Dengan demikian, negosiator dapat memahami bahwa kesuksesan sejati dalam bisnis tidak hanya diukur dari hasil materi, tetapi juga dari integritas proses yang dijalani. Pelatihan ini juga membantu karyawan dalam mengenali situasi yang berpotensi menimbulkan dilema etika dan cara menghadapinya secara profesional.

Transparansi dan akuntabilitas juga menjadi kunci dalam menjaga keseimbangan antara tujuan bisnis dan etika. Setiap keputusan yang diambil selama proses negosiasi harus dapat dipertanggungjawabkan baik secara internal maupun eksternal. Penerapan kode etik perusahaan, pengawasan manajemen, serta adanya sistem pelaporan yang jelas dapat mengurangi risiko terjadinya penyimpangan. Dengan budaya transparansi yang kuat, perusahaan akan lebih mudah menjaga kredibilitas dan kepercayaan dari mitra bisnis.

Selain mekanisme internal, faktor eksternal seperti regulasi pemerintah dan standar industri juga dapat

⁴ Rahmawati, D., & Prabowo, T. (2023). "Etika dalam Negosiasi Bisnis dan Dampaknya terhadap Keberlanjutan Hubungan Kerja Sama." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), hlm. 45–56.

⁵ Simanjuntak, P. (2022). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Yogyakarta: Deepublish, hlm. 91–99.

⁶ Putra, R. H., & Sari, N. P. (2024). "Analisis Pengaruh Taktik Negosiasi terhadap Kepercayaan Mitra Bisnis di Era Digital." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern*, 7(1), hlm. 22–35.

membantu menjaga praktik negosiasi yang etis. Pemerintah dan asosiasi bisnis memiliki peran penting dalam menegakkan norma dan memberikan sanksi bagi pelanggaran etika. Standar ini tidak hanya melindungi kepentingan pelaku bisnis, tetapi juga menjaga persaingan usaha tetap sehat.⁷ Dengan adanya kerangka hukum yang jelas, para pelaku bisnis akan lebih berhati-hati dalam menentukan strategi negosiasi agar tetap sesuai dengan prinsip etika.

Akhirnya, strategi terbaik dalam menyeimbangkan tujuan dan etika adalah dengan menanamkan kesadaran bahwa keberhasilan bisnis yang berkelanjutan bergantung pada reputasi dan kepercayaan yang dibangun. Keuntungan jangka pendek tidak sebanding dengan kerugian yang mungkin timbul akibat hilangnya kepercayaan mitra bisnis. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus menjadikan etika sebagai landasan utama dalam setiap langkah negosiasi. Dengan cara ini, perusahaan dapat mencapai kesuksesan ekonomi sekaligus menjaga keharmonisan dan keberlanjutan hubungan jangka panjang.

Negosiasi dalam dunia bisnis merupakan proses komunikasi strategis yang bertujuan mencapai kesepakatan antara dua pihak atau lebih. Di dalamnya, penggunaan taktik etis dan tidak etis menjadi faktor penentu dalam keberhasilan suatu negosiasi. Taktik etis seperti kejujuran, transparansi, serta penghargaan terhadap hak dan kepentingan pihak lain mampu menumbuhkan kepercayaan serta memperkuat hubungan bisnis yang saling menguntungkan. Sebaliknya, penerapan taktik tidak etis seperti manipulasi, kebohongan, tekanan psikologis, atau penyembunyian informasi sering kali menciptakan ketegangan dan konflik, yang pada akhirnya merusak reputasi dan mengganggu keberlangsungan kerja sama. Dalam konteks jangka panjang, pendekatan yang berlandaskan etika terbukti lebih efektif dalam membangun hubungan yang stabil dan produktif.

Dari sudut pandang manajemen bisnis modern, etika dalam negosiasi tidak hanya menjadi norma moral, tetapi juga strategi keberlanjutan. Perusahaan yang mengedepankan etika dalam proses negosiasi akan memperoleh kepercayaan dari mitra kerja, karyawan, maupun konsumen. Kepercayaan tersebut menjadi aset tak berwujud yang memberikan nilai tambah jangka panjang bagi organisasi. Sebaliknya, perusahaan yang terbiasa menggunakan taktik tidak etis berisiko kehilangan kredibilitas, menghadapi konflik hukum, dan mengalami penurunan citra di mata publik. Oleh sebab itu, praktik negosiasi yang etis perlu dijadikan bagian dari budaya organisasi melalui pelatihan, penerapan kode etik, dan pengawasan manajerial yang ketat agar setiap proses bisnis berjalan secara bertanggung jawab.

Selain itu, untuk menyeimbangkan pencapaian tujuan ekonomi dengan penerapan nilai-nilai etis, diperlukan strategi negosiasi yang adaptif dan berorientasi pada kerja sama. Pendekatan *integrative negotiation* menjadi solusi yang ideal karena berfokus pada pencarian kesepakatan yang menguntungkan semua pihak. Pendekatan ini mendorong adanya komunikasi terbuka, saling memahami kepentingan, serta kesediaan untuk mencari solusi kreatif tanpa merugikan pihak lain. Dalam jangka panjang, praktik negosiasi seperti ini tidak hanya menghasilkan kesepakatan yang adil, tetapi juga membangun kepercayaan, memperkuat reputasi, dan menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan di tengah persaingan global yang semakin kompleks.

KESIMPULAN

Negosiasi bisnis merupakan proses penting yang menentukan arah dan keberhasilan kerja sama antar pelaku usaha. Dalam proses tersebut, pemilihan taktik memiliki peran strategis, baik dalam pencapaian kesepakatan maupun dalam membangun hubungan jangka panjang. Taktik etis, yang didasari oleh nilai-nilai kejujuran, keterbukaan, dan saling menghormati, terbukti mampu menciptakan hubungan bisnis yang stabil dan berkelanjutan. Sebaliknya, penggunaan taktik tidak etis seperti manipulasi, kebohongan, atau penyembunyian informasi sering kali menghasilkan keuntungan sesaat, namun membawa dampak negatif terhadap reputasi dan kepercayaan antar pihak.

Penerapan etika dalam negosiasi tidak hanya menjadi kewajiban moral, tetapi juga strategi bisnis yang efektif dalam membangun keunggulan kompetitif. Etika berperan sebagai fondasi yang memperkuat kepercayaan dan loyalitas mitra bisnis, yang pada akhirnya mendorong terciptanya kolaborasi jangka panjang. Dalam dunia bisnis modern yang menuntut transparansi dan tanggung jawab sosial, reputasi perusahaan yang menjunjung tinggi etika menjadi modal penting yang dapat meningkatkan kredibilitas di mata publik dan investor. Dengan demikian, etika bukan sekadar norma, melainkan juga aset strategis yang berdampak langsung terhadap keberlangsungan usaha.

Sebaliknya, praktik tidak etis dalam negosiasi membawa dampak destruktif terhadap hubungan bisnis. Pelaku bisnis yang mengabaikan etika cenderung kehilangan kepercayaan dari mitra kerja, menghadapi konflik hukum, dan mengalami kerugian reputasi yang sulit diperbaiki. Selain itu, dampak psikologis berupa hilangnya rasa aman dan keyakinan dalam kerja sama dapat menghancurkan potensi kolaborasi di masa depan. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu menyadari bahwa keuntungan jangka pendek yang diperoleh melalui cara-cara tidak etis tidak sebanding dengan risiko jangka panjang yang ditimbulkannya.

Pada akhirnya, keberhasilan negosiasi bisnis tidak semata-mata diukur dari hasil kesepakatan, tetapi juga dari proses yang dijalankan secara bermartabat dan beretika. Menyeimbangkan antara pencapaian tujuan dan penerapan nilai-nilai moral merupakan kunci utama dalam menciptakan hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Dengan menjadikan etika sebagai pedoman utama dalam setiap negosiasi, para pelaku bisnis dapat mencapai keberhasilan ekonomi sekaligus menjaga keharmonisan, kepercayaan, dan reputasi dalam jangka panjang.

⁷ Kusumawati, A. (2023). *Manajemen Hubungan Bisnis: Strategi, Etika, dan Keberlanjutan*. Bandung: Alfabeta, hlm. 130–138.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, M. S. P. (2021). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, hlm. 144–147.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (2020). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. New York: McGraw-Hill Education, hlm. 215–220.
- Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2021). *Negotiation: Readings, Exercises, and Cases* (8th ed.). New York: McGraw-Hill, hlm. 58–65.
- Rahmawati, D., & Prabowo, T. (2023). "Etika dalam Negosiasi Bisnis dan Dampaknya terhadap Keberlanjutan Hubungan Kerja Sama." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), hlm. 45–56.
- Simanjuntak, P. (2022). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Yogyakarta: Deepublish, hlm. 91–99.
- Putra, R. H., & Sari, N. P. (2024). "Analisis Pengaruh Taktik Negosiasi terhadap Kepercayaan Mitra Bisnis di Era Digital." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern*, 7(1), hlm. 22–35.
- Kusumawati, A. (2023). *Manajemen Hubungan Bisnis: Strategi, Etika, dan Keberlanjutan*. Bandung: Alfabeta, hlm. 130–138.