



Transformasi Digital dalam Komunikasi dan Negosiasi Bisnis: Efisiensi atau Hilangnya Nilai Relasional

Nian Nurniani Salsabila¹, Villa Isti Yunes², Achmad Lintang Adzani³, Anang
Haris Firmansyah⁴

¹⁻⁴Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas
Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jl. Mayor Sujadi No.46, Kudus,
Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia ,
66221.

Penulis Korespondensi: villaisti44@gmail.com

Abstract. *Digital transformation has reshaped various aspects of the business world, including communication and negotiation processes that were once dominated by face-to-face interactions. The use of information technologies such as email, social media, video conferencing applications, Customer Relationship Management (CRM) systems, and Artificial Intelligence (AI) has enabled faster, more flexible, and more efficient communication. Conversely, these changes have introduced new challenges, such as reduced interpersonal interaction, a decline in the quality of relationships, and the potential for misunderstandings stemming from the limitations of digital communication. This article aims to analyze the impact of digital transformation on the effectiveness of business communication and negotiation, while examining the balance between increased efficiency and the preservation of relational value in business partnerships. The study employs a library research method with a qualitative descriptive approach, analyzing various relevant scientific journals, books, and academic publications. The findings indicate that digital transformation significantly contributes to enhanced communication efficiency, accelerated decision-making, and an expanded scope for business collaboration. However, an over-reliance on digital media risks diminishing emotional closeness, trust, empathy, and the quality of long-term relationships among business stakeholders. Therefore, effective communication and negotiation strategies must integrate information technology with interpersonal communication approaches to ensure that operational efficiency aligns with the cultivation of sustainable business relationships.*

Keywords: *digital transformation; information technology; business communication; business negotiation; relational value.*

Abstrak. Transformasi digital telah mengubah berbagai aspek dalam dunia bisnis, termasuk komunikasi dan negosiasi yang sebelumnya didominasi oleh interaksi tatap muka. Pemanfaatan teknologi informasi, seperti surat elektronik, media sosial, aplikasi konferensi video, sistem manajemen hubungan pelanggan (Customer Relationship Management/CRM), serta kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI), memungkinkan proses komunikasi berlangsung lebih cepat, fleksibel, dan efisien. Di sisi lain, perubahan tersebut juga memunculkan tantangan baru berupa berkurangnya interaksi interpersonal, menurunnya kualitas hubungan relasional, serta potensi kesalahpahaman akibat keterbatasan komunikasi digital. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana transformasi digital memengaruhi efektivitas komunikasi dan negosiasi bisnis serta mengkaji keseimbangan antara peningkatan efisiensi dan pelestarian nilai relasional dalam hubungan bisnis. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research) dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui analisis berbagai jurnal ilmiah, buku, dan publikasi akademik yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan efisiensi komunikasi, percepatan pengambilan keputusan, serta perluasan jangkauan kerja sama bisnis. Namun demikian, ketergantungan yang berlebihan pada media digital berpotensi mengurangi kedekatan emosional, kepercayaan, empati, dan kualitas hubungan jangka panjang antarpelaku bisnis. Oleh karena itu, strategi komunikasi dan negosiasi yang efektif perlu mengintegrasikan pemanfaatan teknologi informasi dengan pendekatan komunikasi interpersonal agar efisiensi operasional tetap sejalan dengan pembangunan hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: transformasi digital; teknologi informasi; komunikasi bisnis; negosiasi bisnis; nilai relasional.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital yang membawa perubahan signifikan dalam berbagai aktivitas bisnis, termasuk komunikasi dan negosiasi. Pemanfaatan internet, media sosial, aplikasi konferensi video, sistem manajemen hubungan pelanggan (Customer Relationship Management/CRM), serta kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) memungkinkan komunikasi berlangsung lebih cepat, fleksibel, dan efisien. Berbagai proses bisnis yang sebelumnya mengandalkan pertemuan tatap muka kini dapat dilakukan secara daring tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Kondisi tersebut memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam meningkatkan produktivitas, mempercepat pengambilan keputusan, mengurangi biaya operasional, serta memperluas peluang kerja sama bisnis (Putri et al., 2024).

Meskipun demikian, transformasi digital juga menghadirkan tantangan dalam komunikasi dan negosiasi bisnis. Interaksi yang semakin bergantung pada media digital berpotensi mengurangi komunikasi interpersonal yang berperan penting dalam membangun kepercayaan, empati, dan hubungan jangka panjang. Keterbatasan komunikasi digital dalam menyampaikan ekspresi, bahasa tubuh, dan isyarat nonverbal dapat meningkatkan risiko kesalahpahaman serta menurunkan kualitas hubungan antarpihak. Akibatnya, efisiensi yang diperoleh melalui teknologi tidak selalu diikuti dengan terjaganya nilai relasional yang menjadi dasar keberhasilan kerja sama bisnis (Ma'arief & Suwandi, 2025).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa teknologi informasi mampu meningkatkan efektivitas komunikasi, mempercepat proses negosiasi, serta mendukung kolaborasi dan daya saing perusahaan. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada manfaat teknologi dari sisi efisiensi operasional dan kinerja organisasi. Sementara itu, kajian mengenai dampak transformasi digital terhadap nilai relasional, seperti kepercayaan, komitmen, dan kualitas hubungan dalam komunikasi serta negosiasi bisnis, masih relatif terbatas. Kesenjangan tersebut menunjukkan bahwa pembahasan mengenai keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan pemeliharaan hubungan interpersonal masih memerlukan perhatian lebih mendalam (Putri et al., 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji transformasi digital dari dua perspektif, yaitu sebagai faktor yang meningkatkan efisiensi komunikasi dan negosiasi bisnis sekaligus sebagai fenomena yang berpotensi mengurangi nilai relasional dalam hubungan bisnis. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai manfaat dan tantangan transformasi digital sehingga perusahaan tidak hanya berorientasi pada efisiensi, tetapi juga mampu mempertahankan kualitas hubungan dengan para pemangku kepentingan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap komunikasi dan negosiasi bisnis, mengidentifikasi manfaat serta tantangan yang ditimbulkan, serta menjelaskan pentingnya menjaga keseimbangan antara efisiensi teknologi dan nilai relasional guna membangun hubungan bisnis yang efektif, saling percaya, dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Transformasi digital merupakan proses pemanfaatan teknologi informasi untuk mengubah cara organisasi menjalankan aktivitas bisnis, menciptakan nilai, serta meningkatkan efisiensi dan daya saing. Transformasi ini tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam proses kerja, pola komunikasi, pengambilan keputusan, dan interaksi dengan pelanggan maupun mitra bisnis. Dalam konteks bisnis, perkembangan teknologi seperti internet, media sosial, komputasi awan (cloud computing), sistem manajemen hubungan pelanggan (Customer Relationship Management/CRM), dan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi dan melakukan negosiasi sehingga proses bisnis dapat berlangsung lebih cepat, fleksibel, dan terintegrasi (Banjarnahor et al., 2023).

Komunikasi bisnis merupakan proses penyampaian informasi, ide, maupun pesan yang dilakukan untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi. Komunikasi yang efektif ditandai dengan kejelasan informasi, ketepatan penyampaian pesan, adanya umpan balik, serta kemampuan membangun saling pengertian di antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Pemanfaatan teknologi informasi memungkinkan komunikasi bisnis berlangsung secara real time, mengurangi hambatan geografis, serta meningkatkan

kecepatan koordinasi. Namun, komunikasi digital juga memiliki keterbatasan karena tidak sepenuhnya mampu menyampaikan unsur-unsur nonverbal, seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan intonasi, yang sering kali berperan penting dalam membangun hubungan interpersonal (Suryana et al., 2021).

Negosiasi bisnis merupakan proses komunikasi antara dua pihak atau lebih untuk mencapai kesepakatan yang memberikan manfaat bersama. Keberhasilan negosiasi tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan menyampaikan argumen dan melakukan tawar-menawar, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan, komitmen, dan kualitas hubungan antarpihak. Teknologi informasi telah memberikan kemudahan dalam proses negosiasi melalui penggunaan konferensi video, surat elektronik, aplikasi pesan instan, serta platform kolaborasi digital. Meskipun demikian, negosiasi yang sepenuhnya dilakukan secara digital berpotensi mengurangi interaksi personal sehingga proses membangun kepercayaan menjadi lebih menantang dibandingkan negosiasi secara tatap muka (Prawiro et al., 2026).

Nilai relasional merupakan aspek yang mencerminkan kualitas hubungan antara organisasi dengan pelanggan, mitra bisnis, maupun pemangku kepentingan lainnya. Nilai ini dibangun melalui kepercayaan, komitmen, komunikasi yang terbuka, kerja sama, dan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dalam komunikasi dan negosiasi bisnis, nilai relasional menjadi faktor penting karena hubungan yang baik dapat meningkatkan loyalitas, memperkuat kerja sama, serta mengurangi potensi konflik. Oleh karena itu, meskipun transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi, perusahaan tetap perlu menjaga interaksi interpersonal agar hubungan bisnis tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan (Hasibuan et al., 2025).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi memberikan dampak positif terhadap efektivitas komunikasi dan negosiasi bisnis. Berbagai studi menyimpulkan bahwa penggunaan teknologi digital mampu mempercepat pertukaran informasi, meningkatkan kolaborasi, mengurangi biaya operasional, serta memperluas peluang kerja sama. Namun, beberapa penelitian juga mengungkapkan bahwa dominasi komunikasi digital dapat mengurangi kedekatan emosional, membatasi penyampaian isyarat nonverbal, serta memengaruhi proses pembentukan kepercayaan antarpihak. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital

memberikan manfaat yang besar, tetapi juga menghadirkan tantangan dalam mempertahankan kualitas hubungan bisnis.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa transformasi digital memiliki dua sisi yang saling berkaitan. Di satu sisi, teknologi informasi meningkatkan efisiensi komunikasi dan negosiasi melalui kemudahan akses informasi, percepatan koordinasi, dan fleksibilitas proses bisnis. Di sisi lain, ketergantungan yang berlebihan pada media digital berpotensi mengurangi nilai relasional yang menjadi dasar terbentuknya kepercayaan dan kerja sama jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini berlandaskan pada pandangan bahwa keberhasilan komunikasi dan negosiasi bisnis di era digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan teknologi informasi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi menjaga keseimbangan antara efisiensi teknologi dan kualitas hubungan interpersonal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap komunikasi dan negosiasi bisnis serta implikasinya terhadap nilai relasional dalam hubungan bisnis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis konsep, teori, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan sehingga mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang dikaji.

Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur ilmiah, meliputi artikel jurnal nasional dan internasional, buku, prosiding, serta dokumen ilmiah lain yang membahas transformasi digital, teknologi informasi, komunikasi bisnis, negosiasi bisnis, dan nilai relasional. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan relevansi dengan topik penelitian, memiliki kredibilitas yang baik, dan dipublikasikan melalui sumber ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelusuri, mengidentifikasi, dan mengkaji berbagai referensi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis), yaitu dengan mengelompokkan informasi berdasarkan tema, membandingkan hasil penelitian terdahulu, mengidentifikasi persamaan dan perbedaan temuan, serta

menginterpretasikan keterkaitan antara transformasi digital, komunikasi, negosiasi bisnis, dan nilai relasional.

Model analisis penelitian disusun berdasarkan hubungan konseptual bahwa transformasi digital melalui pemanfaatan teknologi informasi memengaruhi efektivitas komunikasi dan negosiasi bisnis. Peningkatan efektivitas tersebut memberikan dampak positif berupa efisiensi proses bisnis, percepatan pertukaran informasi, dan kemudahan kolaborasi. Namun, pada saat yang sama, transformasi digital juga berpotensi mengurangi nilai relasional, seperti kepercayaan, kedekatan interpersonal, dan kualitas hubungan jangka panjang apabila interaksi digital tidak diimbangi dengan komunikasi yang efektif. Berdasarkan model tersebut, penelitian ini berupaya menjelaskan keseimbangan antara efisiensi yang dihasilkan oleh teknologi informasi dan pentingnya mempertahankan nilai relasional dalam komunikasi serta negosiasi bisnis.

Untuk menjaga kualitas hasil penelitian, setiap sumber yang digunakan dianalisis secara kritis dengan membandingkan berbagai pandangan dari penelitian terdahulu. Hasil analisis kemudian disintesis untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai manfaat, tantangan, serta implikasi transformasi digital terhadap komunikasi dan negosiasi bisnis di era digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Literatur

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan mengumpulkan data sekunder yang berasal dari artikel jurnal nasional dan internasional, buku ilmiah, prosiding, serta publikasi akademik lainnya yang relevan dengan topik transformasi digital, teknologi informasi, komunikasi bisnis, negosiasi bisnis, dan nilai relasional. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai basis data ilmiah. Literatur yang dipilih merupakan sumber yang memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian dan diterbitkan oleh lembaga atau penerbit yang kredibel. Selanjutnya, seluruh literatur dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) untuk mengidentifikasi pola, persamaan, dan perbedaan hasil penelitian sebelumnya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan dampak yang signifikan terhadap komunikasi dan negosiasi bisnis. Sebagian besar penelitian

menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mampu meningkatkan kecepatan penyampaian informasi, memperlancar koordinasi, memperluas jangkauan komunikasi, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif. Berbagai teknologi, seperti media sosial, surat elektronik, aplikasi konferensi video, sistem manajemen hubungan pelanggan (Customer Relationship Management/CRM), dan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI), telah menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis modern.

Selain memberikan manfaat berupa efisiensi, hasil analisis juga menunjukkan bahwa transformasi digital menghadirkan tantangan terhadap kualitas hubungan antarpelaku bisnis. Ketergantungan pada komunikasi digital menyebabkan berkurangnya intensitas interaksi tatap muka yang selama ini berperan dalam membangun kepercayaan, empati, dan hubungan jangka panjang. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya menghasilkan perubahan teknis, tetapi juga memengaruhi aspek sosial dalam komunikasi dan negosiasi bisnis.

B. Pembahasan

Transformasi Digital sebagai Pendorong Efisiensi Komunikasi Bisnis

Hasil analisis menunjukkan bahwa transformasi digital telah mengubah cara organisasi berkomunikasi secara internal maupun eksternal. Pemanfaatan teknologi informasi memungkinkan penyampaian informasi berlangsung secara cepat, akurat, dan tidak lagi dibatasi oleh ruang serta waktu. Perusahaan dapat melakukan koordinasi dengan karyawan, pelanggan, maupun mitra bisnis melalui berbagai platform digital sehingga proses bisnis menjadi lebih efisien. Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi informasi berperan sebagai faktor pendukung dalam meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis.

Temuan tersebut sejalan dengan teori transformasi digital yang menyatakan bahwa penerapan teknologi informasi mampu meningkatkan produktivitas organisasi melalui digitalisasi proses bisnis. Komunikasi yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini dapat berlangsung secara real time sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih cepat. Oleh karena itu, transformasi digital memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan efisiensi operasional perusahaan.

Pengaruh Transformasi Digital terhadap Negosiasi Bisnis

Perkembangan teknologi informasi juga memberikan perubahan pada proses negosiasi bisnis. Negosiasi yang sebelumnya mengharuskan para pihak bertemu secara langsung kini dapat dilakukan melalui media digital, seperti konferensi video, surat elektronik, maupun aplikasi kolaborasi. Perubahan tersebut memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam melakukan pembahasan kerja sama, pertukaran dokumen, hingga penyelesaian kesepakatan tanpa harus berada pada lokasi yang sama.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam negosiasi mampu menghemat waktu dan biaya operasional serta mempercepat proses pengambilan keputusan. Selain itu, perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk menjalin kerja sama dengan mitra bisnis dari berbagai wilayah bahkan lintas negara. Namun, efektivitas negosiasi tetap dipengaruhi oleh kemampuan para pihak dalam menyampaikan informasi secara jelas serta membangun komunikasi yang terbuka. Dengan kata lain, teknologi berfungsi sebagai sarana pendukung, sedangkan keberhasilan negosiasi tetap bergantung pada kualitas komunikasi yang dibangun oleh para pelaku bisnis.

Paradoks Transformasi Digital: Efisiensi atau Hilangnya Nilai Relasional

Meskipun transformasi digital memberikan berbagai keuntungan, hasil analisis menunjukkan adanya paradoks dalam komunikasi dan negosiasi bisnis. Di satu sisi, teknologi meningkatkan efisiensi melalui percepatan komunikasi, kemudahan akses informasi, serta fleksibilitas dalam menjalankan aktivitas bisnis. Di sisi lain, dominasi komunikasi digital berpotensi mengurangi kualitas hubungan interpersonal karena interaksi yang dilakukan secara virtual tidak sepenuhnya mampu menggantikan komunikasi tatap muka.

Komunikasi digital memiliki keterbatasan dalam menyampaikan ekspresi wajah, bahasa tubuh, intonasi suara, serta berbagai isyarat nonverbal yang berperan penting dalam membangun kepercayaan. Akibatnya, hubungan antara perusahaan dengan pelanggan maupun mitra bisnis cenderung menjadi lebih transaksional dibandingkan relasional. Apabila kondisi tersebut berlangsung secara terus-menerus, kualitas hubungan jangka panjang dapat menurun meskipun efisiensi operasional semakin meningkat.

Hasil ini memperkuat konsep nilai relasional yang menekankan bahwa keberhasilan komunikasi dan negosiasi bisnis tidak hanya ditentukan oleh kecepatan penyampaian informasi, tetapi juga oleh adanya rasa saling percaya, komitmen, dan kedekatan antarpihak. Oleh karena itu, organisasi perlu memanfaatkan teknologi secara bijaksana dengan tetap memberikan ruang bagi komunikasi interpersonal, terutama dalam proses negosiasi yang bersifat strategis.

Keterkaitan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan efektivitas komunikasi dan efisiensi proses bisnis. Penelitian terdahulu juga menjelaskan bahwa penggunaan teknologi informasi mendukung kolaborasi yang lebih luas serta mempercepat proses negosiasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan bahwa digitalisasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing organisasi.

Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki konsekuensi terhadap kualitas hubungan bisnis apabila komunikasi digital digunakan secara berlebihan. Temuan tersebut melengkapi penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada aspek efisiensi dengan menambahkan perspektif mengenai pentingnya mempertahankan nilai relasional sebagai dasar terciptanya hubungan bisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan sudut pandang yang lebih komprehensif mengenai manfaat sekaligus tantangan transformasi digital.

Implikasi Penelitian

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat konsep bahwa transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi, tetapi juga mencakup perubahan dalam pola komunikasi dan hubungan antarpelaku bisnis. Efisiensi yang dihasilkan oleh teknologi perlu dipahami sebagai salah satu unsur dalam keberhasilan organisasi, sementara aspek relasional tetap menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan kerja sama jangka panjang.

Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi perusahaan agar tidak hanya berfokus pada penerapan teknologi, tetapi juga mengembangkan strategi komunikasi yang mampu menjaga kualitas hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis. Penggunaan media digital sebaiknya dipadukan dengan komunikasi interpersonal, khususnya dalam proses negosiasi yang melibatkan pengambilan keputusan strategis. Dengan demikian, organisasi dapat memperoleh manfaat transformasi digital tanpa mengabaikan nilai relasional yang menjadi fondasi hubungan bisnis yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan dampak positif terhadap komunikasi dan negosiasi bisnis melalui peningkatan efisiensi dalam penyampaian informasi, koordinasi, dan pengambilan keputusan. Di sisi lain, pemanfaatan teknologi yang semakin dominan berpotensi mengurangi nilai relasional, seperti kepercayaan, kedekatan interpersonal, dan kualitas hubungan jangka panjang. Oleh karena itu, transformasi digital perlu diimbangi dengan komunikasi interpersonal agar efisiensi yang diperoleh tidak mengurangi kualitas hubungan bisnis yang menjadi dasar terciptanya kerja sama yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan disarankan untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi tanpa mengabaikan pentingnya membangun hubungan interpersonal dalam komunikasi dan negosiasi bisnis. Penelitian ini masih terbatas pada pendekatan studi pustaka sehingga belum didukung oleh data empiris. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode penelitian lapangan, baik kuantitatif maupun kualitatif, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh transformasi digital terhadap komunikasi, negosiasi bisnis, dan nilai relasional pada berbagai jenis organisasi.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, R., & Maulani, I. E. (2023). Pengaruh teknologi informasi terhadap perkembangan bisnis modern. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 3(2), 94–98.
- Banjarnahor, A. R., Taruna, M. S., Faried, A. I., Suryani, W., Hutama, N. A., Johanis, A. R., Sondakh, D. E., Havieza Elmizan, G., Mandagi, D. W., Sumanti, E. R., Jumarlis, M., Pungus, S. R., Fajrillah, Syamil, A., & Simarmata, J. (2023). *Ekonomi digital: Transformasi bisnis di era digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Berutu, T. A., Sigalingging, D. L. R., Simanjuntak, G. K. V., & Siburian, F. (2024).

- Pengaruh teknologi digital terhadap perkembangan bisnis modern. *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, 2(3), 358–370.
- Bimantoro, A., Pramesti, W. A., Bakti, S. W., Samudra, M. A., & Amrozi, Y. (2021). Paradoks etika pemanfaatan teknologi informasi di era 5.0. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(1), 58–68.
- Deary, M., Prasetyo, G. D., Akbar, R., Al-Faruq, M. Y., & Nurbaiti. (2025). Peran penggunaan teknologi digital terhadap kesuksesan dan kegagalan e-bisnis di era digital. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(1), 321–334.
- Hary, A. Y. A., Evelin, F., Gloria, F. T., Deuyanti, R. E., & Wardhana, M. A. (2026). Digital transformation of AI in business communication. *TEKNOBIS: Teknologi, Bisnis dan Pendidikan*, 4(2), 281–286.
- Hasibuan, A. W., Andriyan, Nama, D. A. B. R., Gultom, M. S., & Robain, W. (2025). Keterampilan interpersonal dalam negosiasi. *CERMAT: Jurnal Cendekiawan dan Riset Multidisiplin Akademik Terintegrasi*, 1(3), 19–24.
- Hidayat, N., Kamaluddin, Syam, A., Aminy, M. H., Riswandha, M. N., Djajasinga, N. D., Hastutik, S., Agus, Wiyono, D., & Mogi, I. K. A. (2025). Digitalisasi dan transformasi bisnis. *Rey Media Grafika*.
- Hutabarat, M. P., & Suwandi. (2025). Peran media komunikasi digital dalam mendukung negosiasi bisnis di era hybrid work. *Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 245–254.
- Isnaini, S. (2018). Konflik dan negosiasi di dalam perspektif: Arsitektur, sosiologi, teknologi dan komunikasi. *Bricolage*, 4(1), 32–50.
- Lestari, A. A. D., & Merthayasa, A. (2022). Peran teknologi dalam perubahan bisnis di era globalisasi. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(11), 16705–16711.
- Ma'arief, S., & Suwandi. (2025). Pengaruh penggunaan media digital terhadap proses komunikasi dan negosiasi bisnis. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 8(5), 152–156.
- Maulana, D. R., Zahra, A., Hisan, K., & Sumarni, L. (2024). Strategi negosiasi efektif di era digital melalui platform digital. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(4), 236–243.
- Muhammad, A. M., Febrian, Y. A., S. P., M. A. Z., & Dutahatmaja, A. (2024). Pentingnya hubungan bisnis dan kualitas layanan dalam meningkatkan kinerja perusahaan di era digital. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(5), 53–60.
- Prabowo, O. H., Merthayasa, A., & Saebah, N. (2023). Pemanfaatan teknologi informasi dan manajemen perubahan pada kegiatan bisnis di era globalisasi. *Journal Syntax Idea*, 5(7), 883–892.
- Putri, T. U., Rachmadina, N., Putra, A. P. T., Alhani, H., & Sumarni, L. (2024). Peran komunikasi interpersonal dalam proses negosiasi di era digital. *KAIS: Kajian Ilmu Sosial*, 25(1), 83–86.
- Saraswati, V. G. (2026). Analisis peran komunikasi dan negosiasi dalam hubungan bisnis. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 6(3), 918–927.

- Sari, I. P., Mailani, R., Wati, T. R., Harnando, Z., & Susriyanti. (2026). Pemanfaatan teknologi informasi dalam negosiasi dan komunikasi bisnis (Analisis deskriptif berbasis studi pustaka). *Moneter: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 4(1), 10–29.
- Suryana, N. K., Mubarak, A., Inten, S., Arbain, M., & Zulhafandi. (2021). *Komunikasi bisnis: Konstruksi teoretis dan praktis*. Syiah Kuala University Press.
- Turnip, G. O., Ahda, A., Lumbantoruan, N. C. R., & Nst, S. N. Z. (2026). Pengaruh media sosial terhadap strategi komunikasi dalam negosiasi bisnis. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(2), 189–200.