

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Globalisasi mendorong dan meningkatkan suatu interaksi dengan berbagai wilayah dan populasi di seluruh dunia. Globalisasi dapat berdampak positif jika perusahaan dapat mengikuti perkembangan zaman dan memanfaatkan era ini untuk ekspansi bisnis ke pasar internasional, namun juga sebaliknya dapat berdampak negatif jika perusahaan tidak mengikuti perkembangan zaman. Globalisasi adalah penyebaran praktik di seluruh dunia, perluasan hubungan lintas benua, organisasi kehidupan sosial dalam skala global, dan pertumbuhan kesadaran global bersama (Ritzer, 2007, dalam Chaney & Martin, 2011).

Globalisasi mendorong kerjasama bisnis antar negara. Dalam konteks ini penting bagi perusahaan memahami komunikasi bisnis lintas budaya secara baik agar dapat menjalin suatu hubungan yang baik serta tercapainya suatu tujuan yang telah di targetkan yaitu perusahaan dapat adaptasi serta *survive* di pasar internasional. Ekspansi ke pasar Internasional, perusahaan akan di hadapkan dengan perbedaan budaya yang mengharuskan perusahaan dapat lebih kritis terhadap komunikasi bisnis antar budaya, agar komunikasi mampu memiliki progress dengan sebagaimana mestinya sejalan dengan tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Perbedaan budaya memang berdampak pada bisnis yang terjadi dalam konteks lintas budaya. Banyak masalah muncul dalam hal partisipasi, komunikasi, dan bidang relasional lainnya. Namun, jika para pemimpin bisnis atau bahkan staf memahami masalah yang berkaitan dengan enam dimensi budaya Hofstede, masalah ini dapat dianalisis melalui perspektif yang berbeda, mampu mendapatkan serta memilih langkah-langkah guna mengatasi masalah yang ada (Birdie, 2021). Pemimpin perusahaan perlu melihat perbedaan budaya ini dan beradaptasi dengan kondisi yang ada dan membangun kerjasama antar perusahaan dengan latar belakang budaya melalui strategi negosiasi yang berperspektif budaya.

Praktik kerjasama bisnis antarbudaya melibatkan negosiasi. Menurut Guang dan Trotter (2012) faktor budaya telah lama diketahui dalam memengaruhi komunikasi serta potensi dalam kesuksesan suatu kompetisi di dalam dunia bisnis khususnya negosiasi. Keterampilan negosiasi dalam bisnis internasional merupakan keterampilan yang penting serta faktor yang dapat mendukung terjadinya kerjasama yang saling menguntungkan. Menurut Cai dan Drake (2016), Negosiasi bisnis antarbudaya didefinisikan bahwa setiap proses komunikasi di mana pihak-pihak yang memiliki kepentingan komersial yang sama dan saling bertentangan serta dari latar belakang budaya yang berbeda berusaha untuk mendefinisikan atau mendefinisikan kembali syarat-syarat saling ketergantungan.

Negosiasi dalam kerjasama bisnis Internasional dimana partisipannya terdiri dari pebisnis yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda, maka dalam hal ini diperlukan pendekatan budaya dalam proses negosiasi. Hal ini penting guna mencapai kata kesepakatan sebuah transaksi di dalam *business to business* bergantung terhadap negosiasi antara perusahaan pembeli dan menjual yang memiliki latar belakang yang berbeda. Pengambilan keputusan juga bisa di dapatkan melalui dari dua pihak pembeli dan penjual (Bonoma & Johnston, 1978; Campbell, 1985 dalam Wilken, Jacob & Prime 2013). Pentingnya negosiasi berbasis budaya dalam kegiatan bisnis internasional terbukti dalam banyak penelitian dan artikel. Menurut Xiao & Ma (2015) dilihat dari konteks budaya antara Canada dan China, Canada yang cenderung menganut budaya *low-context* dan China yang cenderung *High-context* memerlukan strategi khusus dalam melakukan proses negosiasi. Negotiator dari Kanada yang cenderung menganut budaya *low-context* akan tetap menggunakan norma dan etika yang telah ditentukan, China akan lebih kecil kemungkinannya untuk melakukannya.

Penelitian terdahulu tentang negosiasi bisnis internasional pernah dilakukan oleh Xiao dan Ma (2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perbedaan lintas budaya dalam etika yang ada dari strategi negosiasi antara Cina, Taiwan dan Kanada dengan menjabarkan lima kategori strategi yang sering digunakan dalam negosiasi bisnis. Penelitian ini juga mengkaji perbedaan gaya berkomunikasi terkait melakukan negosiasi bisnis antarbudaya antara China dan Taiwan. Metode yang

dilakukan dalam penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan metode studi kasus. Temuan penelitian menunjukkan bagaimana perbedaan cara bernegosiasi antara perusahaan *low context* serta *high context*.

Penelitian ini akan mengkaji bagaimana strategi negosiasi bisnis antarbudaya antara pengusaha Indonesia dan Taiwan. Peneliti memilih PT Inko Sukses Jaya atau *Inko Forwarding* sebagai objek penelitian dengan alasan perusahaan tersebut mampu melakukan negosiasi bisnis antarbudaya meskipun mengalami hambatan-hambatan seperti perbedaan bahasa, pola komunikasi, protokol negosiasi, dan pengambilan keputusan. Selain itu objek penelitian logistik penting untuk di teliti karena logistik memainkan peran kunci dalam mendorong perubahan dan perbaikan indikator ekonomi. Industri logistik memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, tidak hanya dengan menciptakan lapangan kerja dan pendapatan, tetapi juga dengan menarik investasi asing. Pada tingkat mikro, sektor logistik menjadi fundamental dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu, industri ini memiliki peran strategis dalam merevitalisasi dan meningkatkan daya saing sektor-sektor industri lainnya. Pada era modern, hampir semua industri sangat bergantung pada sektor logistik untuk operasional (Sezer dan Abasiz, 2017).

Kemudian mengenai Komunikasi Lintas Budaya (KLB) dengan pebisnis Taiwan menjadi fokus pada penelitian ini dikarenakan beberapa alasan yang mencerminkan posisi strategis Taiwan dalam ekonomi global dan keunikan budaya bisnisnya. Berikut adalah beberapa alasan utama yang didukung oleh sumber literatur akademik dan laporan industry. Segi posisi ekonomi strategis, Taiwan adalah salah satu pemain kunci dalam ekonomi global, terutama dalam sektor teknologi tinggi. Taiwan *Semiconductor Manufacturing Company* (TSMC) adalah contoh penting dari pengaruh Taiwan dalam industri semikonduktor, yang merupakan komponen krusial dalam hampir semua perangkat elektronik modern. Menurut laporan dari MarketWatch (2023), TSMC menyumbang lebih dari 50% pasar global untuk manufaktur chip semikonduktor. Ini menunjukkan bahwa perusahaan internasional harus memahami dinamika bisnis di Taiwan untuk mengamankan hubungan strategis dalam rantai pasokan teknologi global

(MarketWatch, 2023). Selain itu dari faktor budaya bisnis yang unik dan fleksibel, budaya bisnis Taiwan menggabungkan elemen-elemen dari budaya Timur dan Barat, yang menciptakan gaya manajemen yang unik.

Selain itu dari segi peran keluarga dalam bisnis, sebagian besar perusahaan di Taiwan adalah bisnis keluarga, di mana hubungan keluarga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan. Menurut Wong (2021), sekitar 70% perusahaan besar di Taiwan adalah milik keluarga, dan ini mempengaruhi cara beroperasi dan berinteraksi dengan mitra bisnis internasional (Wong, 2021). Memahami dinamika ini penting bagi pihak luar yang ingin membangun hubungan bisnis yang efektif di Taiwan. Kemudian dalam pengaruh sejarah dan politik, sejarah Taiwan yang kaya dan kompleks, termasuk pengaruh dari periode kolonial Jepang dan hubungan kontemporer dengan China, telah membentuk cara pebisnis Taiwan beroperasi dan berinteraksi.. Lin (2019) mencatat bahwa warisan kolonial Jepang membawa disiplin dan etos kerja yang kuat, sementara pengaruh budaya China menekankan pentingnya jaringan dan hubungan pribadi dalam bisnis. Hal ini menciptakan konteks unik yang mempengaruhi interaksi bisnis lintas budaya. Selain itu dari segi peluang ekspansi dan investasi, Taiwan menawarkan banyak peluang bagi perusahaan internasional untuk ekspansi dan investasi, terutama dalam sektor teknologi dan manufaktur.

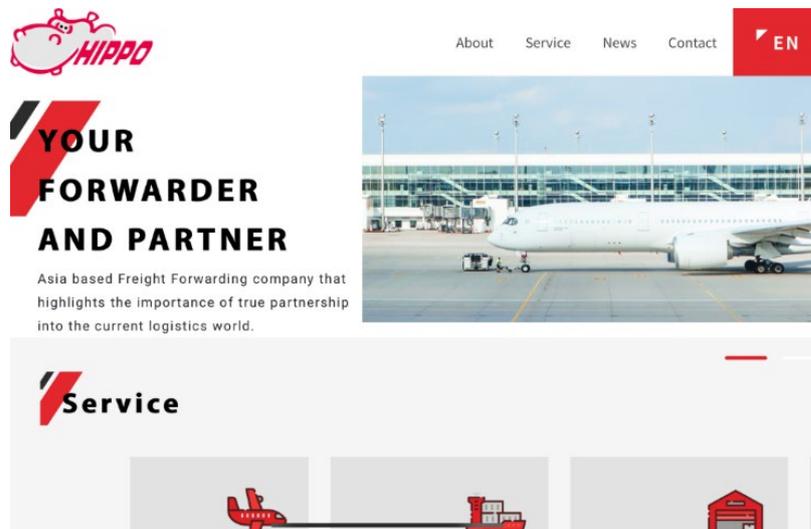
PT Inko Sukses Jaya atau *Inko Forwarding* adalah merupakan perusahaan yang telah beroperasi sejak tahun 1999, menjadikannya memiliki pengalaman yang luas dalam industri logistik. Perusahaan ini memulai bisnisnya dengan membuka kantor utama di Tangerang, Indonesia, yang merupakan pusat kegiatan operasionalnya. Fokus utama dari *Inko Forwarding* adalah pada pengiriman internasional dan layanan perantara pabean. Melalui adopsi teknologi modern, perusahaan ini menyediakan pengiriman internasional yang komprehensif dengan menggunakan Sistem Pertukaran Data Elektronik (E.D.I), memastikan efisiensi dan keandalan dalam proses logistik. Selain itu, *Inko Forwarding* juga terlibat dalam bidang logistik ekspor dan impor, menawarkan layanan yang menyeluruh bagi *customer*.



Gambar 1.1 Inko Forwarding
Sumber: www.inkosuksesjaya.com

Seiring dengan perkembangannya, perusahaan ini telah memperluas jangkauannya dengan membuka cabang di berbagai daerah di Indonesia, termasuk Tangerang, Jakarta, dan Surabaya. Selain cabang tersebut, *Inko Forwarding* juga memiliki agen yang tersebar di hampir seluruh dunia, memperkuat kemampuan dalam memberikan layanan logistik yang berkualitas dan terpercaya kepada pelanggan di seluruh dunia. *Inko Forwarding* telah membangun reputasi sebagai salah satu pemimpin dalam industri logistik, dengan komitmen yang kuat untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Kemudian peneliti memilih objek penelitian kedua, yaitu Hippo Logistics Co., Ltd., Hippo Logistics Co., Ltd., merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri logistik sejak tahun 2004 yang berasal dari Negara Taiwan. Sebagai perusahaan pengiriman barang internasional yang profesional, Hippo Logistics memiliki spesialisasi dalam transportasi udara, laut, dan multimoda. Fokus utama mereka adalah pada pasar Amerika Serikat (AS) dan Uni Eropa (UE), di mana *Hippo Logistic* telah membangun reputasi sebagai penyedia layanan logistik yang handal dan efisien. *Hippo Logistics* adalah bagian dari *Dolphin Holding Group*, sebuah grup logistik yang diperdagangkan secara publik.



Gambar 1.2 Hippo Logistic

Sumber: Hippo-gp.com

Dolphin Holding Group hadir di Asia dengan memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun dalam industri logistik. Kehadiran yang kuat ini memberikan keuntungan strategis bagi Hippo Logistics, memungkinkan untuk mengakses sumber daya dan jaringan yang luas untuk mendukung operasi perusahaan. Sebagai perusahaan yang dinamis, *Hippo Logistics* sangat percaya pada pentingnya kemitraan. Perusahaan menganggap dukungan terus-menerus dari mitra dan pelanggan sebagai kunci untuk mencapai tujuan bersama. Pendekatan ini mencerminkan budaya kerja perusahaan yang kolaboratif dan progresif, di mana inovasi dan keunggulan layanan menjadi prioritas utama. Melalui kombinasi pengalaman yang luas dari *Dolphin Holding Group* dan semangat inovatif dari tim internalnya, *Hippo Logistics* terus tumbuh dan berkembang dalam menghadapi tantangan dalam industri logistik yang dinamis.

Hubungan pribadi perlu dikembangkan sebelum melakukan bisnis. Harmoni itu penting, dan mereka tidak pernah mengatakan "tidak." Logika yang digunakan dalam negosiasi lebih bersifat siklus daripada linier. Protokol tempat duduk itu penting, ketua tim harus duduk di tengah dengan anggota tim lainnya duduk di kiri dan kanan dalam urutan peringkat. Kerendahan hati, ketulusan, kejujuran, dan kecocokan antara rekan kerja semuanya penting. Kritik langsung dianggap tidak sopan (Leaptrrott, 1966; Morrison & Conaway, 2006 dalam Chaney dan Martin, 2010). Orang Taiwan percaya pada pengendalian diri dan tidak menyukai keriuhan.

Sikap timbal balik dari niat baik sangat penting. Taiwan memiliki budaya kolektif. Hal ini yang menjadikan *concern Inko Forwarding* selaku pebisnis Indonesia dalam membangun suatu relasi serta cara berkomunikasi dengan perusahaan yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Hal ini akan menjadi menarik untuk diteliti bagaimana perusahaan yang bergerak di industri yang sama namun memiliki budaya yang berbeda menjalankan komunikasi bisnis antar budaya untuk mencapai kesepakatan bersama.

Kedua perusahaan telah bekerja sama sejak tahun 2020 dalam proses pengiriman logistik ekspor maupun impor. Perusahaan juga memiliki latar belakang industri yang sama yaitu di bidang logistik, namun keduanya memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Perbedaan budaya akan mempengaruhi strategi negosiasi bisnis yang akan dilakukan oleh pebisnis Indonesia dan Taiwan. PT. Inko Forwarding dan Hippo Logistic memiliki latar belakang budaya yang berbeda seperti : 1) gaya komunikasi; 2) bentuk kerjasama; 3) tim negosiasi; 4) model negosiasi dan 5) pembuatan keputusan. Perbedaan budaya memberi kontribusi bagi efektif atau tidaknya praktik negosiasi tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latarbelakang tersebut maka penelitian ini akan difokuskan pada bagaimana strategi negosiasi bisnis perusahaan *Inko Forwarding* yang dimiliki pengusaha Indonesia dengan PT Hippo Logistic yang dimiliki oleh pengusaha Taiwan terkait aspek – aspek model negosiasi, pemilihan tim, membangun hubungan, taktik, resolusi konflik, strategi konflik, dan protokol bisnis. PT Inko Sukses Jaya dan Hippo Logistic dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan contoh nyata perusahaan yang aktif dalam negosiasi bisnis internasional, memberikan relevansi praktis dan aplikatif pada analisis ini. Kedua perusahaan ini memiliki pengalaman signifikan dalam menghadapi dan mengatasi hambatan budaya sejak mulai bekerja sama pada tahun 2020, menjadikannya ideal untuk mengeksplorasi strategi negosiasi antarbudaya. Selain itu, perbedaan budaya yang jelas antara Indonesia dan Taiwan memberikan konteks yang kaya untuk memahami dampak budaya terhadap strategi negosiasi dan pengambilan keputusan

bisnis. Keberhasilan kedua perusahaan dalam menjalin kerjasama meskipun menghadapi berbagai tantangan budaya menunjukkan bahwa studi terhadap strategi dapat mengungkap praktik terbaik dan pendekatan yang efektif.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi negosiasi bisnis antarbudaya antara pebisnis Indonesia (*Inko Forwarding*) dan pebisnis Taiwan (*Hippo Logistic*) ?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi negosiasi bisnis antarbudaya antara pebisnis Indonesia (*Inko Forwarding*) dan pebisnis Taiwan (*Hippo Logistic*).

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi kajian komunikasi antarbudaya dalam lingkup bisnis internasional terkait strategi komunikasi bisnis antarbudaya. Penelitian diharapkan bisa menjadi rujukan bagi peneliti lain yang akan mengkaji tentang strategi komunikasi bisnis antarbudaya pada perusahaan yang berbeda budaya

1.5.2 Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan, penelitian ini dapat berkontribusi bagi perusahaan multinasional dalam hal melakukan strategi negosiasi bisnis antar budaya dengan mempertimbangkan aspek – aspek budaya untuk mencapai kesepakatan dan keberhasilan dalam negosiasi.