

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Negosiasi dan Manajemen Konflik pada Industri Kecantikan

Adi Neka Fatyandri² Mitha Veronica³ Mischelle Lo⁴ Jacelyn⁵ Arsyah Belina⁶ Princessa Tan Widiani

^{1,2} Falkutas Manajemen, Universitas Internasional Batam

Abstrak

Industri kecantikan ialah yang memproduksi barang-barang kosmetik maupun jasa yang melakukan layanan perawatan kecantikan. Laki-laki maupun wanita harus bisa merawat diri nya agar kebersihan diri tetap terjaga dan elok dipandang. Sering kali terdapat perbedaan antara laki-laki dan perempuan, terutama banyak yang berfikir bahwa yang merawat diri hanya boleh dilakukan oleh perempuan. Seiring berjalannya waktu, laki-laki paham akan pentingnya kebersihan diri yang didapatkan dari rangkaian perawatan diri. Negosiasi dan konflik pasti terjadi dalam segala hal yang dijalani dalam kehidupan sehari-hari. Begitu pula dengan industri kecantikan, terdapat negosiasi dan konflik didalamnya. Terutama dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat membuat banyak sekali perubahan yang terjadi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif dan kemudian data yang dikumpulkan tersebut ialah data yang didapat dari hasil studi Pustaka. Menurut hasil yang didapatkan, menunjukkan faktor yang mempengaruhi negosiasi dan konflik ialah percaya diri, komunikasi yang baik, kesabaran dan lainnya. Selanjutnya, didapatkan hasil yaitu dengan menggunakan 5 metode yang ada di dalam manajemen konflik ketika menyelesaikan suatu masalah, dengan cara kolaborasi, kompromi, akomodasi, menghindari dan kompetisi. Sarannya adalah agar semua masalah yang terjadi dapat diselesaikan dengan manajemen konflik agar tidak timbul masalah lainnya.

Kata kunci : *Industri Kecantikan, Negosiasi, Konflik, Manajemen Konflik*

Copyright (c) 2022 Adi Neka Fatyandri

✉ Corresponding author :

Email Address : adi.neka@uib.edu

PENDAHULUAN

Industri kecantikan ialah yang memproduksi barang-barang kosmetik maupun jasa yang melakukan layanan perawatan kecantikan. Mayoritas masyarakat sering kali membandingkan Laki-laki dengan wanita, banyak yang berfikir bahwa yang merawat diri hanya boleh dilakukan oleh perempuan. Padahal, merawat diri bukan hanya dilakukan oleh perempuan, tetapi laki-laki juga harus merawat diri agar kebersihan diri tetap terjaga baik. Seiring berjalannya waktu, laki-laki paham akan pentingnya kebersihan diri yang didapatkan dari rangkaian perawatan diri. Negosiasi dan konflik pasti terjadi dalam segala hal yang dijalani dalam kehidupan sehari-hari.

Begitu pula dengan industri kecantikan, terdapat negosiasi dan konflik didalamnya. Terutama, dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat membuat banyak sekali perubahan yang terjadi didalam hal cara merawat diri yang bukan hanya kita sendiri yang merawat diri tapi bisa pergi ke klinik atau untuk mendapatkan rangkaian perawatan diri

dengan lengkap dan perubahan lainnya. Penelitian ini dilakukan agar semua masalah yang terjadi dapat diselesaikan dengan manajemen konflik agar tidak timbul masalah lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif, dimana penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif. Penelitian kualitatif ialah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena dan masalah manusia. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai kondisi dalam suatu konteks yang alami dan tentang apa yang sebenarnya terjadi apa adanya di lapangan studi. Data primer merupakan data pertama kali yang diperoleh peneliti secara langsung melalui sumber utama dari penelitian. Pengambilan data primer diperoleh oleh peneliti dengan cara melakukan pengamatan melalui *browsing social media* dan internet. Data sekunder merupakan data yang telah diperoleh peneliti melalui data yang sudah ada sebelumnya dari pihak lainnya dan tidak berasal dari sumber utama penelitian. Data sekunder ini diperoleh peneliti sebagai pelengkap kebutuhan data dalam penelitian ini. Pengambilan data primer diperoleh peneliti melalui internet dan sosial media milik industri kecantikan di kota Batam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Negosiasi di Industri Kecantikan

1. Hubungan Antar Pihak

Pada Industri Kecantikan, memiliki hubungan antar pihak merupakan sebuah prinsip yang menguntungkan bagi seseorang yang memiliki usaha baik itu di usaha kecil maupun di usaha besar. Dalam menjalankan sebuah bisnis tentu saja memerlukan hubungan yang baik dengan banyak pihak untuk menambah relasi agar usaha yang kita jalankan akan dikenal secara luas. Dalam suatu usaha tentunya kita akan bertemu sebuah kegiatan negosiasi didalamnya, dan tentu saja kita sebagai seorang pengusaha tidak boleh langsung deal atau menolak secara langsung suatu kegiatan negosiasi.

Kegiatan negosiasi ini tentunya membutuhkan banyak pihak untuk menjalankannya, dengan begitu sebuah hubungan yang baik dan dengan menggunakan beberapa metode dalam menjalankan sebuah kegiatan negosiasi tentunya akan mendapatkan hasil yang memuaskan. Contohnya saja bentuk negosiasi dalam industri kecantikan misalnya hair salon yang dimana biasanya harga akan ditentukan sesuai dengan Panjang rambut seseorang kemudian pemilik usaha tersebut menyebutkan harga yang sudah ditetapkan dan sebagai calon konsumen, kita tentunya harus melakukan sebuah negosiasi terkait harga yang diberikan agar sampai mendapatkan harga yang cocok. Sebagai pemilik usaha tentunya harus memberikan sedikit penurunan harga agar calon konsumen tersebut merasa senang dan akhirnya akan menjadi pelanggan tetap dan dapat membangun suatu hubungan yang baik untuk menambah relasi.

2. Komunikasi Antar Pihak

Dalam melakukan kegiatan negosiasi tentunya harus memiliki tutur kata dan cara berbicara yang baik, mau itu sebagai pemilik usaha maupun sebagai negosiator. Kegiatan komunikasi ini tentunya merupakan kegiatan yang tidak dapat dihindari, sebagai manusia kita tentunya membutuhkan seseorang untuk di ajak berkomunikasi. Tujuan dari komunikasi itu sendiri ialah untuk menyampaikan sebuah informasi yang dapat dilakukan dengan cara mulut ke mulut, telephone genggam dan lain sebagainya. Dalam kegiatan negosiasi tentunya harus berkomunikasi dengan baik dan benar agar segala macam informasi dapat tersampaikan dengan baik juga.

Contohnya seperti hair salon yang berkomunikasi dengan calon konsumennya mengenai sebuah harga perawatan, harus dilakukan dengan cara komunikasi. Komunikasi yang disampaikan dan diterima harus memiliki sifat yang baik agar dalam hal bernegosiasi harga dapat terjalin dengan sukses. Sebagai pemilik hair salon tentunya harus memiliki tutur kata yang baik agar calon konsumen merasa nyaman saat berkomunikasi dalam melakukan sebuah negosiasi. Begitupun sebaliknya, sebagai calon konsumen juga tentunya harus berkomunikasi yang baik agar mendapatkan pelayanan yang baik dan harga penawaran yang ingin didapatkan.

2. Percaya Diri

Pada industri kecantikan, kepercayaan diri sangat berpengaruh pada kesuksesan dalam kegiatan negosiasi. Pihak yang merasa yakin bahwa mereka dapat bekerjasama dan biasanya mereka dapat memecahkan masalah dengan percaya diri. Industri kecantikan sendiri tentunya harus yakin dan percaya diri bahwa mereka dapat menyelesaikan masalah yang ada dan tentunya mampu bertanggung jawab dengan apa yang terjadi. Apalagi pada zaman modern saat ini merupakan zamannya orang bersaing di bidang usaha apalagi di industri kecantikan ini. Pada industri ini orang beramai-ramai harus bersaing secara sehat untuk memajukan usaha mereka. Tidak hanya harus percaya diri dalam hal menyelesaikan masalah tentu saja harus percaya diri juga dalam hal bernegosiasi agar pihak manapun mendapatkan keinginan yang ingin mereka capai.

Misalnya saja seorang asisten pada sebuah hair salon yang menarik calon konsumen untuk melakukan perawatan di salon mereka, akan tetapi asisten hair salon tersebut merasa tidak percaya diri dan ragu dalam menawarkan jasanya. Ketidakpercayaan diri dan ragu asisten inilah yang membuat calon konsumen merasa tidak percaya dan ragu juga untuk melakukan sebuah perawatan pada hair salon tersebut.

3. Kesabaran yang Tinggi

Pada industri kecantikan, kesabaran merupakan sebuah kunci yang paling penting, kesabaran pada negosiator juga berpengaruh untuk memberikan informasi untuk menyampaikan informasi. Pada industri kecantikan ini tentunya harus bersabar dalam mengolah dan mengambil keputusan. Keputusan dalam hal bekerja sama maupun dalam hal tawar menawar harga tentu saja harus dilakukan dengan sangat hati-hati dan sabar. Karena jika tidak bersabar maka negosiasi tersebut dapat merugikan salah satu pihaknya.

Contohnya saja pada industri kecantikan yang dimana saat calon konsumen ingin melakukan negosiasi terhadap harga perawatan yang telah ditetapkan oleh pihak salon, tentu saja sebagai calon konsumen harus memiliki kesabaran dalam hal negosiasi. Hal ini dikarenakan, ketika calon konsumen melakukan negosiasi mungkin saja akan mendapatkan harga yang sedikit lebih murah dan pas bagi calon konsumen.

Faktor-Faktor yang menyebabkan Konflik di Industri Kecantikan

1. Ketika salah satu pihak atau lebih menolak untuk memulai negosiasi

Pada industri kecantikan, ada beberapa hal yang sangat sulit untuk dilakukan yaitu memulai kegiatan negosiasi terlebih dahulu. Dalam melakukan sebuah kegiatan negosiasi tentunya salah satu pihaknya harus memulai terlebih dahulu agar kegiatan negosiasi tersebut dapat dimulai. Dengan berjalannya kegiatan negosiasi keinginan pihak satu dengan pihak lainnya akan sama-sama mendapatkan keuntungan. Contohnya ketika calon konsumen datang ke hair salon untuk mendapatkan perawatan rambut, calon konsumen berhak menanyakan harga yang di tetapkan dan langsung melakukan kegiatan negosiasi untuk mendaptkan harga yang pas dan sesuai dengan yang diinginkan oleh calon konsumen.

2. Agenda tersembunyi atau adanya rasa saling tidak percaya satu sama lain

Didalam dunia bisnis tentunya kepribadian seseorang akan berbeda-beda dan akan menimbulkan masalah hingga konflik yang besar. Dengan kata lain, perasaan dan

perilaku setiap individu yang berbeda akan muncul yang Namanya rasa tidak percaya pada orang lain. Misalnya saja terdapat pada usaha hair salon yang dimana asisten terkadang tidak mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari atasannya, dengan begitu dapat dikatakan bahwa asisten tersebut tidak mendapatkan kepercayaan atasannya.

3. Perbedaan latar belakang kebudayaan

Dalam industri kecantikan, kita akan bertemu banyak sekali orang yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda-beda sehingga terbentuklah karakteristik yang beragam. Kebudayaan yang berbeda inilah yang sangat bisa memunculkan terjadinya konflik, sehingga akan sangat sulit dalam melakukan sebuah komunikasi yang baik dengan begitu dalam melakukan sebuah kegiatan negosiasi pun akan semakin sulit. Contohnya saja seseorang yang merantau dari daerah Banten yang dimana penduduknya dominan orang Sunda sehingga berbicara agak sedikit lantang dan kuat. Sehingga ketika orang Sunda tersebut datang ke daerah Jawa, mereka akan dikatakan sebagai orang kasar yang tidak memiliki sopan santun. Dengan begitu kedua belah pihak tersebut harus berkompromi dan memiliki rasa toleransi yang tinggi untuk menghindari terjadinya konflik yang tidak diinginkan.

SIMPULAN

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi negosiasi yang terjadi pada industri kecantikan yaitu, hubungan antar pihak, komunikasi antar pihak, kepercayaan diri, dan tingkat kesabaran yang tinggi. Pada Industri Kecantikan, memiliki hubungan antar pihak merupakan sebuah prinsip yang menguntungkan bagi seseorang yang memiliki usaha baik itu usaha kecil maupun di usaha besar. Kegiatan negosiasi ini tentunya membutuhkan banyak pihak untuk menjalankannya, dengan begitu sebuah hubungan yang baik dan dengan menggunakan beberapa metode dalam menjalankan sebuah kegiatan negosiasi tentunya akan mendapatkan hasil yang memuaskan. Dalam melakukan kegiatan negosiasi tentunya harus memiliki tutur kata dan cara berbicara yang baik, mau itu sebagai pemilik usaha maupun sebagai negosiator. Dalam kegiatan negosiasi tentunya harus berkomunikasi dengan baik dan benar agar segala macam informasi dapat tersampaikan dengan baik juga. Pada industri kecantikan, kepercayaan diri sangat berpengaruh pada kesuksesan dalam kegiatan negosiasi. Pihak yang merasa yakin bahwa mereka dapat bekerjasama dan biasanya mereka dapat memecahkan masalah dengan percaya diri. Pada industri kecantikan, kesabaran merupakan sebuah kunci yang paling penting, kesabaran pada negosiator juga berpengaruh untuk memberikan informasi untuk menyampaikan informasi.

Referensi :

- Agianto, R., Setiawati, ; Anggi, & Firmansyah, ; Ricky. (2021). Analisis teknik Komunikasi dan Negosiasi Bisnis pada Drama Start-Up. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 01(02).
- Dhini, R., Johar, P., & Sulfinadia, H. (2020). Manajemen Konflik sebagai Upaya Mempertahankan Keutuhan Rumah Tangga (Studi Kasus di Desa Lempur Tengah Kecamatan Gunung Raya Kabupaten Kerinci). In *Journal Al-Ahkam* (Vol. 1). www.bps.go.id
- Dias, M. D. O. (2020). The Four-Type Negotiation Matrix: A Model for Assessing Negotiation Processes. *British Journal of Education*, 8(5), 40–57. <https://doi.org/10.37745/bje/vol8.no5.p40-57.2020>
- Dineva, D., Breitsohl, J., Garrod, B., & Megicks, P. (2020). Consumer Responses to Conflict-Management Strategies on Non-Profit Social Media Fan Pages. *Journal of Interactive Marketing*, 52, 118–136. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.05.002>
- Diprose, R., & Azca, M. N. (2020). Conflict management in Indonesia's post-authoritarian democracy: resource contestation, power dynamics and brokerage. *Conflict, Security and Development*, 20(1), 191–221. <https://doi.org/10.1080/14678802.2019.1705074>
- Hu, M., Xiao, F., & Wang, S. (2021). Neighborhood-level coordination and negotiation techniques for managing demand-side flexibility in residential microgrids. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 135(July 2020), 110248. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2020.110248>

- Kaisupy, D. A., & Maing, S. G. (2021). Proses Negosiasi Konflik Papua: Dialog Jakarta-Papua. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(1), 82. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i1.27056>
- Khaira Ramdhanni, D., Firmansyah, R., Tinggi Ilmu Ekonomi STEMBI Bandung, S., & Ars, U. (2021). Analisis Strategi Negosiasi Pada Platform Shopee (Vol. 7, Issue 1).
- Lamm, K. W., Sapp, L. R., Lamm, A. J., & Randall, N. (2020). A Longitudinal Evaluation of Conflict Management Capacity Building Efforts in Higher Education. *Journal of Agricultural Education*, 61(3), 75–85. <https://doi.org/10.5032/jae.2020.03075>
- Liu, J., Cui, Z., Feng, Y., Perera, S., & Han, J. (2020). Impact of culture differences on performance of international construction joint ventures: the moderating role of conflict management. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 27(9), 2353–2377. <https://doi.org/10.1108/ECAM-02-2019-0111>
- Melin, M. M. (2021). The business of peace: understanding corporate contributions to conflict management. *International Interactions*, 47(1), 107–134. <https://doi.org/10.1080/03050629.2020.1723581>
- Rifqi, A., Konflik, H., & Hasbulloh, A. R. (2022). Konflik Kepentingan Antara Direksi Dengan Perusahaan Terhadap Merek Terdaftar Dalam Perspektif Good Corporate Governance.
- Syuhada, I., & Amelia, W. R. (2021). Pengaruh Konflik Kerja Dan Semangat Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Avsec Angkasa Pura. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(2), 136–145. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.455>
- Tazkiya, A., Sonia, G., Sopian Saparingga, H., & Aldiansyah dan Ricky Firmansyah, M. (2021). Meraih Keberhasilan Negosiasi Bisnis Melalui Keterampilan Berkomunikasi 2021. <http://sosains.greenvest.co.id>