



The background of the cover is a low-angle photograph of several modern glass skyscrapers reaching towards a bright sky. The sun is positioned behind one of the buildings, creating a strong lens flare and illuminating the scene. In the foreground, the hands of two people in business suits are shown shaking, symbolizing a deal or agreement. The title 'Pitching & Negotiation' is overlaid in large, white, sans-serif font.

Pitching & Negotiation

**Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M.
Driya Wiryawan, S.E., M.M.
Imanuel Prince Matthew T**

PITCHING *and* **NEGOTIATION**

Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M.

Driya Wiryawan, S.E., M.M.

Imanuel Prince Matthew T



PENERBIT KBM INDONESIA

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku buku penulis di tanah air Indonesia. Serta menjadi media sharing proses penerbitan buku.

PITCHING AND NEGOTIATION

*Copyright @2025 By Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M., dkk
All right reserved*

Penulis

Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M.

Driya Wiryawan, S.E., M.M.

Imanuel Prince Matthew T

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

Sofitahm

Editor

Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc.

Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

<https://penerbitkbm.com>

www.penerbitbukumurah.com

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

ISBN: 978-634-202-457-7

Cetakan ke-1, Juni 2025

14 x 21 cm, x+ 181 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-Kemenkumham dan isi
buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan

EC002029069270, 18 Juni 2025

Pencipta

Nama : Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M., Driya Wiryawan, S.E., M.M. dkk

Alamat : Jl. H. Kirdi II no 12, Karasak, Astana Anyar, Kota Bandung, Jawa Barat, 40243

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M., Driya Wiryawan, S.E., M.M. dkk

Alamat : Jl. H. Kirdi II no 12, Karasak, Astana Anyar, Kota Bandung, Jawa Barat, 40243

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : Buku

Judul Ciptaan

PITCHING AND NEGOTIATION

Tanggal dan tempat ditunjukkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

18 Juni 2025, di Kota Adm. Jakarta Pusat

Jangka waktu perlindungan

Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor Pencatatan

000909551

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.p.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damaryasongko, S.H., M.H.
NIP. 196912261994031001



Disclaimer:

1. Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.
2. Surat Pencatatan ini telah disegel secara elektronik menggunakan segel elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara.
3. Surat Pencatatan ini dapat dibuktikan keabsahannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M.	Jl. H. Kurdi II no 12, Karasak Astana Anyar, Kota Bandung
2	Driya Wiryawan, S.E., M.M.	Nusa Indah No.53 L.K.II, Rawa Laut Enggal, Kota Bandar Lampung
3	Immanuel Prince Matthew T	Jl.Bakti II No.111 Rt.16 Rw.08, Pulo Gebang Cakung, Kota Adm. Jakarta Timur

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M.	Jl. H. Kurdi II no 12, Karasak Astana Anyar, Kota Bandung
2	Driya Wiryawan, S.E., M.M.	Nusa Indah No 53 L.K.II, Rawa Laut Enggal, Kota Bandar Lampung
3	Immanuel Prince Matthew T	Jl.Bakti II No.111 Rt.16 Rw.08, Pulo Gebang Cakung, Kota Adm. Jakarta Timur



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, e-book berjudul "*Pitching and Negotiation*" ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai upaya untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai keterampilan pitching dan negosiasi, yang menjadi aspek krusial dalam dunia bisnis modern, kewirausahaan, serta komunikasi profesional.

Materi dalam buku ini dirancang secara sistematis, mulai dari pengenalan konsep dasar pitching, strategi menyusun presentasi yang efektif, teknik public speaking, hingga proses negosiasi yang melibatkan aspek emosional, etika, dan perencanaan strategis. Setiap bab dilengkapi dengan studi kasus nyata, tugas individu dan kelompok, serta evaluasi yang mendorong pembaca untuk tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkannya dalam praktik nyata.

Penyusunan e-book ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua kontributor, rekan akademisi, serta sumber referensi ilmiah dan praktis yang menjadi dasar penulisan buku ini.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga e-book ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, pelaku bisnis, startup founder, dan siapa pun yang ingin meningkatkan keterampilan pitching dan negosiasi mereka.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
BAB 1 DEFINISI PITCHING DAN KEGUNAANNYA	1
1.1 Tujuan Pembelajaran	1
1.2 Pitching: Pengertian, Jenis, Manfaat, Strategi, dan Contoh	1
1.3 Jenis-Jenis Pitching.....	2
1.4 Manfaat Pitching dalam Berbagai Bidang	4
1.5 Strategi dan Teknik Pitching yang Efektif.....	5
1.6 Kesimpulan	6
1.7 Studi Kasus	6
1.8 Evaluasi	7
BAB 2 KEAHLIAN MEMBERI PENAWARAN KEPADA INVESTOR	9
2.1 Tujuan Pembelajaran	9
2.2 Definisi Keahlian Memberi Penawaran	10
2.2 Pentingnya Memberi Penawaran yang Efektif.....	11
2.3 Elemen Kunci dalam Memberi Penawaran	12
2.4 Strategi Memberi Penawaran yang Menarik.....	13
2.5 Kesalahan Umum dalam Memberi P enawaran.....	14
2.6 Kesimpulan	15
2.7 Studi Kasus	16
2.8 Evaluasi	18

BAB 3 CARA MEMBUAT MATERI PRESENTASI SECARA MENARIK 19

3.1	Tujuan Pembelajaran	19
3.2	Memahami Konsep Pitching.....	20
3.3	Mendesain Slide Presentasi yang Profesional dan Menarik	22
3.4	Menguasai Teknik Penyampaian yang Meyakinkan	23
3.5	Berlatih dan Menganalisis Kinerja Pitching.....	24
3.6	Kesimpulan	25
3.7	Studi Kasus	26
3.8	Evaluasi	27

BAB 4 TIPS MEMBUAT MATERI PRESENTASI29

4.1	Tujuan Pembelajaran	29
4.2	Definisi Presentasi.....	30
4.3	Elemen Penting dalam Presentasi yang Efektif.....	32
4.4	Teknik Menyusun Materi Presentasi yang Baik	33
4.5	Kesalahan yang Harus Dihindari Saat Presentasi.....	34
4.6	Tips Mengatasi Gugup Saat Presentasi.....	34
4.7	Unsur-Unsur Presentasi yang Baik dalam Bisnis.....	35
4.8	Tips Membuat Materi Presentasi yang Efektif.....	36
4.9	Kesimpulan	36
4.10	Studi Kasus	37
4.11	Evaluasi	38

BAB 5 KEAHLIAN PRESENTASI DAN BERBICARA DI DEPAN UMUM 41

5.1	Tujuan Pembelajaran	41
5.2	Komunikasi dan Komunikasi Publik	42
5.3	Public Speaking	44

5.4	Menghadapi Tantangan dalam Presentasi di Depan Umum	46
5.5	Strategi Efektif dalam Menyusun Materi Presentasi.....	48
5.6	Manajemen Waktu Dalam Presentasi	50
5.7	Kesimpulan	51
5.8	Studi Kasus	52

BAB 6 PENGETAHUAN UMUM TENTANG

PENDANAAN	55
6.1 Tujuan Pembelajaran	55
6.2 Definisi tentang Pendanaan.....	56
6.3 Strategi Ekspansi Bisnis (Bootstrapping)	57
6.4 Investor Startup (Angel Investor).....	58
6.5 Modal Ventura.....	59
6.6 Crowdfunding.....	60
6.7 Studi Kasus: Strategi Pendanaan dan Pertumbuhan Tokopedia	62
6.8 Studi Kasus	63
6.9 Evaluasi	63

BAB 7 CARA BERTEMU DAN BERINTERAKSI DENGAN INVESTOR

7.1 Tujuan Pembelajaran	65
7.2 Mengidentifikasi Investor Ideal.....	66
7.3 Mendapatkan Pengantar yang Tepat saat Bertemu Investor	68
7.4 Mempersiapkan Materi Presentasi yang Menarik.....	69
7.5 Menyiapkan Pertemuan dengan Investor	70
7.6 Mengelola Penolakan dan Membangun Ketahanan.....	71
7.7 Studi Kasus	73
7.8 Evaluasi	74

BAB 8 DEFINISI NEGOSIASI DAN VIRTUAL

NEGOSIASI	77
8.1 Tujuan Pembelajaran	77
8.2 Pendahuluan.....	78
8.3 Mengapa Perlu Bernegosiasi?	79
8.4 Proaktif dan Mengambil Kendali.....	80
8.5 Kasus Kolaborasi	81
8.6 Empat Tantangan yang Kita Hadapi	81
8.7 Studi Kasus: Negosiasi Pemerintah Indonesia & PT Freeport Indonesia.....	82
8.8 Negosiasi Virtual	83
8.9 Kesimpulan.....	85
8.10 Studi Kasus	85
8.11 Evaluasi	87

BAB 9 WAJAH JAM NEGOSIASI.....89

9.1 Tujuan Pembelajaran	89
9.2 Definisi Negosiasi Kelas Dunia	90
9.3 Fase-Fase Negosiasi dalam "Wajah Jam"	91
9.4 Penerapan Strategi Negosiasi.....	93
9.5 Studi Kasus 1	94
9.6 Studi Kasus 2	98

BAB 10 STRATEGI WAKTU DAN SEPULUH CIRI

NEGOSIATOR SUKSES	103
10.1 Tujuan Pembelajaran.....	103
10.2 Pendahuluan.....	104
10.3 Pentingnya Waktu dalam Negosiasi.....	104
10.4 Cara Menggunakan Waktu untuk Keuntungan Negosiasi.....	105
10.5 Implikasi Waktu terhadap Risiko dan Keputusan.....	107
10.6 Latar Belakang.....	108
10.7 Sepuluh Ciri Negosiator Sukses.....	108
10.8 Kesimpulan	109

10.9	Studi Kasus: Negosiasi Microsoft dalam Akuisisi Activision Blizzard	110
10.10	Evaluasi	111
BAB 11	14 PERILAKU YANG MEMBUAT PERBEDAAN	115
11.1	Tujuan Pembelajaran	115
11.2	14 Perilaku yang Membuat Perbedaan	115
11.3	Jangan Biarkan Rasa Keadilan Anda Mempengaruhi Perilaku	117
11.4	Mempertahankan Pengendalian Diri Anda, Menggunakan Keheningan dan Mengelola Ketidaknyamanan	117
11.5	Membuka Ekstrim Namun Realistis Untuk Mengubah Harapan Mereka	118
11.6	Memahami Titik Batas Mereka.....	118
11.7	Mendengarkan dan Memahami Makna di Balik Kata-kata	119
11.8	Merencanakan dan Mempersiapkan dengan Menggunakan Semua Informasi yang Tersedia.....	119
11.9	Mengajukan Pertanyaan Secara Efektif	120
11.10	Perdagangan Konsesi Secara Efektif dan Bersyarat	120
11.11	Menerapkan Keterampilan Analitis untuk Mengelola Nilai Kesepakatan Saat Negosiasi Terungkap.....	120
11.12	Menciptakan dan Memelihara Iklim yang Tepat untuk Kepercayaan	121
11.13	Mengembangkan dan Menggunakan Agenda Anda untuk Membantu Mengendalikan Proses Negosiasi	122
11.14	Berpikir Kreatif untuk Mengembangkan Proposal yang Membantu Memajukan Kesepakatan.....	122
11.15	Studi Kasus	124
11.16	Evaluasi	124

BAB 12 FAKTOR EMOSI DAN OTORITAS DALAM NEGOSIASI	127
12.1 Tujuan Pembelajaran:	127
12.2 Pengaruh Emosi terhadap Negosiasi	128
12.3 Penghambat dalam Keberhasilan Negosiasi.....	129
12.4 Kecerdasan Emosional dan Perannya dalam Negosiasi.....	131
12.5 Otoritas dan Pemberdayaan dalam Negosiasi.....	133
12.6 Kesimpulan	135
12.7 Studi Kasus	136
12.8 Evaluasi	138
BAB 13 TAKTIK DAN NILAI	139
13.1 Tujuan Pembelajaran	139
13.2 Definisi Umum Kekuasaan, Etika, dan Batasan Taktik dalam Negosiasi	140
13.3 Keadilan dalam Permainan Negosiasi	141
13.4 Keadilan sebagai Strategi Jangka Panjang.....	143
13.5 Karakteristik Taktik dalam Negosiasi.....	145
13.6 Kesimpulan	146
13.7 Studi Kasus	147
13.8 Evaluasi	149
BAB 14 PERENCANAAN DAN PERSIAPAN YANG MEMBANTU MEMBANGUN NILAI.....	152
14.1 Tujuan Pembelajaran	152
14.2 Nilai dalam Negosiasi.....	153
14.3 Harga Rendah Mengakibatkan Keputusan yang Buruk.....	154
14.4 Variabel Kunci dalam Negosiasi	155
14.5 Bekerja dengan Variabel	156
14.6 Resiko sebagai Hal yang Dapat Dinegosiasikan	157
14.7 Perencanaan dengan Praktis.....	158

14.8	Studi Kasus: IA-CEPA dalam Negosiasi Perdagangan	160
14.9	Evaluasi	162
DAFTAR PUSTAKA		164
PROFIL PENULIS		178

DAFTAR PUSTAKA

- Reis, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K & S Ranch.
- Kawasaki, G. (2004). *The Art of the Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything*. Penguin Group.
- Denning, S. (2005). *The Leader's Guide to Storytelling: Mastering the Art and Discipline of Business Narrative*. Jossey-Bass.
- Vanity Fair (2014). *Uber, Travis Kalanick, and the Toxicity of Silicon Valley*. Retrieved from <https://www.vanityfair.com/news/2014/12/uber-travis-kalanick-controversy>
- KumparanTech (2021). *Travis Kalanick dan Uber: Berawal di Paris, Berakhir Tragis*. Retrieved from <https://kumparan.com/kumparantech/travis-kalanick-dan-uber-berawal-di-paris-berakhir-tragis>
- DailySocial.id. (2016). *Lima Hal yang Wajib Dilakukan Saat Pitching Ide Startup*. Diakses dari <https://cms.dailysocial.id/post/lima-hal-yang-wajib-dilakukan-saat-pitching-ide-startup/>

- Tech in Asia Indonesia. (2023). *Panduan Pitch Deck Lengkap: Cara Buat, Isi, Contoh, hingga Video*. Diakses dari <https://id.techinasia.com/pitch-deck-panduan-lengkap>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: The Psychology of Persuasion* (Rev. ed.). Harper Business.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Gallo, C. (2016). *The Storyteller's Secret: From TED Speakers to Business Legends, Why Some Ideas Catch On and Others Don't*. St. Martin's Press.
- McKinsey & Company. (2016). *Strategy and Corporate Finance Insights*. McKinsey & Company.
- Solomon, J. (2010). *Corporate Governance and Accountability* (3rd ed.). Wiley.
- Heath, R. L., & Bryant, K. (2000). *Human Communication Theory and Research: Concepts, Contexts, and Challenges*. Routledge.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Harvard Business School Press.
- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press.

- Keller, K. L. (2001). Building Customer-Based Brand Equity. *Marketing Management*, 10(2), 14-19.
- Tufte, E. R. (2006). *Beautiful Evidence*. Graphics Press.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
- Damodaran, A. (2012). *Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset* (3rd ed.). Wiley.
- Harvard Business Review. (2011). *HBR's 10 Must Reads on Strategy*. Harvard Business Review Press.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2017). *Principles of Corporate Finance* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Brown, A., & Williams, D. (2021). *The Art of Business Communication: Pitching with Purpose*. New York: Business Press.
- Garcia, L., & Robinson, T. (2019). *Designing Visual Presentations That Work*. London: Creative Slide Publishing
- Johnson, M. (2019). *Presentation Skills for Entrepreneurs*. Chicago: StartUp Media
- Johnson, M., & Brown, A. (2019). *Effective Pitching Techniques*. Boston: Venture Communications
- Lee, H. (2022). *Pitching to Win: Mastering the Business Presentation*. San Francisco: Innovate Publications
- McCormack, D., & Stewart, L. (2020). *Delivering Powerful Presentations: Communication That Connects*. New York: Influence House
- Miller, J., & Clarke, R. (2018). *Structuring the Perfect Pitch*. Oxford: PresentRight Publications
- Smith, R. (2020). *Understanding Pitching: From Idea to Investment*. Los Angeles: Insight Books

- Smith, R., & Turner, D. (2018). *Logical Flow in Business Presentations*. Toronto: ClearPitch Press.
- Christianson, M., & Payne, S. (2011). *Helping students develop skills for better presentations: Using the 20x20 format for presentation training*. *Language Research Bulletin*, 26, International Christian University, Tokyo.
- Fathoni, T., Asfahani., Munazatun, E., & Lilis Setiani, L. (2021). Upaya Peningkatan Kemampuan Public Speaking Pemuda Sragi Ponorogo. *Indonesian Journal of Community Research and Engagement*. Vol. 2 No. 1. 23-32.
- Gallo, C. (2014). *Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds*. St. Martin's Press.
- Izzah, A., Widoyo, A.F., & Fatchurrohman, M. (2023). Meningkatkan Keterampilan Berbicara Melalui Public Speaking Di Islamic Digital Boarding College Sukoharjo. *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI*. Vol. 10, No. 1.
- Kampus Inovatif. (n.d.). *Terapkan Strategi Ini Agar Presentasimu Jadi Efektif*. Diakses dari kampusinovatif.id
- LLDIKTI 13. (n.d.). *Pesan Presentasi yang Sistematis: 7 Langkah Menyusun Pesan Presentasi yang Memukau bagi Audiens Anda*. Diakses dari lldikti13.kemdikbud.go.id
- Maslamah, D. (2023). Pengembangan Program Kamis Kreasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Public Speaking Siswa Di Sdn Sisir 05 Batu. *Jurnal Pendidikan Taman Widya Humaniora (JPTWH)*. Vol. 2, No. 1, hlm. 23-46.

- Microsoft Support. (n.d.). *Tips untuk Membuat dan Menyajikan Presentasi yang Efektif*. Diakses dari support.microsoft.com
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Redaksi: Gedung Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Bandung.
- Purwanugraha, A., Kertayasa, H. (2022). Peran Komunikasi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran di SMK Farmasi Purwakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol. 8, No.1.
- Putri., R.D., Ningsih, S. & Setyawati, K. (2024). Manajemen Komunikasi dalam Pelayanan Penerbitan Sertifikat Tanah di Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Pusat. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, Vol. 7 No. 2.
- Ruang Kerja. (n.d.). *Tips Public Speaking di Depan Umum*. Diakses dari ruangkerja.id
- SMKN 1 Binuang. (n.d.). *7 Cara Mudah Mengatasi Rasa Takut Berbicara di Depan Umum*. Diakses dari smknbinuang.sch.id
- Suara.com. (2025). *Nunduk Baca Teks, Public Speaking Widiyanti Menteri Terkaya di Kabinet Prabowo Ramai Dicitir*. Diakses dari:
<https://www.suara.com/news/2025/02/20/133528>
- YouTube. (2025). *Pidato Menteri Pariwisata Viral! Apa yang Salah?!*. Diakses dari:
<https://www.youtube.com/watch?v=7Y1If29nhQA>
- Katadata. (2023, Desember 10). *Sejarah Tokopedia: Bergabung dengan Gojek hingga Masuknya TikTok*. Katadata. Retrieved from

<https://katadata.co.id/finansial/korporasi/657689d41f1c3/sejarah-tokopedia-bergabung-dengan-gojek-hingga-masuknya-tiktok>

- Zider, B. (1998). How venture capital works. *Harvard business review*, 76(6), 131-139.
- Kompas Tekno. (2022, Juni 4). *Mengenal Sejarah Berdirinya Tokopedia hingga Melantai di Bursa Efek Indonesia*. Kompas. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/04/17150077/mengenal-sejarah-berdirinya-tokopedia-hingga-melantai-di-bursa-efek-indonesia?page=all>
- Nugroho, A. C., & Dinisari, M. C. (2018, November 6). *Belajar dari Kejeniusan dan Kerja Keras Peter Thiel*. Bisnis.com. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20181106/265/857019/belajar-dari-kejeniusan-dan-kerja-keras-peter-thiel>
- Prowse, S. (1998). Angel investors and the market for angel investments. *Journal of Banking and Finance*, 22, 785-792. [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(98\)00044-2](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(98)00044-2).
- Zwane, B., & Nyide, C. (2016). Financial Bootstrapping And The Small Business Sector In A Developing Economy. *Corporate Ownership and Control*, 14, 433-442. <https://doi.org/10.22495/COCV14I1C3P3>.
- Gompers, P., & Lerner, J. (2001). The Venture Capital Revolution. *Journal of Economic Perspectives*, 15, 145-168. <https://doi.org/10.1257/JEP.15.2.145>.
- Langley, P., & Leyshon, A. (2017). Capitalizing on the crowd: The monetary and financial ecologies of crowdfunding. *Environment and Planning A*, 49, 1019 - 1039. <https://doi.org/10.1177/0308518X16687556>.

- Christanti, N., & Mahastanti, L. A. (2011). Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Investor dalam Melakukan Investasi. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 4(3). <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/2424>
- Putra, G. M., Budiharto, & Mahmudah, S. (2012). Pelaksanaan Perjanjian Kerjasama Investasi antara Investor dengan Perusahaan Pialang Berjangka. *Diponegoro Law Review*, 1(4). <https://media.neliti.com/media/publications/19527-ID-pelaksanaan-perjanjian-kerjasama-investasi-antara-investor-dengan-perusahaan-pia.pdf>
- Alza, R. Z. (2018). Pengaruh Kebijakan Pendanaan, Kebijakan Investasi, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan dengan Risiko Bisnis sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 3(1), 396-415. <https://e-journal.unair.ac.id/jraba/article/download/46056/24909>
- Mahendratama, G., Budiharto, & Mahmudah, S. (2012). Pelaksanaan Perjanjian Kerjasama Investasi antara Investor dengan Perusahaan Pialang Berjangka. *Diponegoro Law Review*, 1(4). <https://media.neliti.com/media/publications/19527-ID-pelaksanaan-perjanjian-kerjasama-investasi-antara-investor-dengan-perusahaan-pia.pdf>
- Myers, S. C. (2001). Capital Structure. *Journal of Economic Perspectives*, 15(2), 81-102. <https://doi.org/10.1257/jep.15.2.81>
- Gompers, P., & Lerner, J. (2001). *The Money of Invention: How Venture Capital Creates New Wealth*. Harvard Business School Press.

<https://cir.nii.ac.jp/crid/1130282272146888960>

- Langley, P., & Leyshon, A. (2017). *Digital Innovation in Business Models*.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). The Geography of Crowdfunding. *Journal of Economics & Management Strategy*, 24(2), 253-274.
- Gerber, E. M., Hui, J. S., & Kuo, P.-Y. (2012). *Crowdfunding: Why People Are Motivated to Post and Fund Projects on Kickstarter*. Proceedings of the ACM 2012 Conference on Computer Supported Cooperative Work
- Mileva, & DH. (2018). *Tip dan trik mendapatkan investor untuk bisnis baru berbasis digital marketing di SMK Diponegoro*.
<https://merwinspy.org/journal/index.php/jupemi/article/view/106>
- Underscore VC. (2025). *How to Smartly Leverage Your Network to Get Warm Investor Intros*.
<https://underscore.vc/startupsecrets/get-warm-investor-intros>
- Landry, L. (2020). *How to Effectively Pitch a Business Idea*.
<https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea>
- Clark, C. (2008). *The Impact of Entrepreneurs' Oral Pitch Presentation Skills on Business Angels' Initial*

- Screening Investment Decisions. Venture Capital*, 10(3), 257–279.
<https://doi.org/10.1080/13691060802151945>
- Mason, C., & Harrison, R. (2004). Improving Access to Early-Stage Venture Capital in Regional Economies: A New Approach to Investment Readiness. *Local Economy*, 19(2), 159–173.
<https://doi.org/10.1080/0269094042000203090>
- OpenStax. (2024). *Researching Potential Business Opportunities*. Retrieved from
<https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/5-2-researching-potential-business-opportunities>
- Liu, Y., & Wang, M. (2023). Preparing for Investor Presentations: The Role of Practice and Feedback in Enhancing Performance. *International Journal of Business Communication*, 60(1), 75–92.
<https://doi.org/10.1177/23294884211012345>
- Kearney, A., McCarthy, D., & O’Leary, J. (2021). The Impact of Presentation Skills Training on Confidence and Performance in Business Students: A Study of the Effectiveness of Simulation-Based Learning. *Journal of Business Education*, 4(2), 45–60.
<https://doi.org/10.1016/j.jbe.2021.04.003>
- Gates, Steve. *The Negotiation Book: Your Definitive Guide to Successful Negotiating*. 3rd ed., John Wiley & Sons, 2023.
- Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (1991). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*.
www.williamury.com/project/getting-to-yes/
- Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2015). *Negotiation*.

- www.mheducation.com/highered/product/negotiation-lewicki-barry/M9780078029448.html
- Thompson, L. (2012). *The Mind and Heart of the Negotiator*.
www.pearson.com/us/higher-education/program/Thompson-Mind-and-Heart-of-the-Negotiator-The-5th-Edition/PGM332852.html
- Malhotra, D., & Bazerman, M. H. (2007). *Negotiation Genius: How to Overcome Obstacles and Achieve Brilliant Results at the Bargaining Table and Beyond*.
www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=33465
- Raiffa, H. (1982). *The Art and Science of Negotiation*.
www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674048133
- Shell, G. R. (2006). *Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People*.
www.wharton.upenn.edu/story/bargaining-for
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: The psychology of persuasion* (Rev. ed.). Harper Business.
- Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). *Getting to yes: Negotiating agreement without giving in* (3rd ed.). Penguin Books.
- Gallo, C. (2016). *The storyteller's secret: From TED speakers to business legends, why some ideas catch on and others don't*. St. Martin's Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Solomon, J. (2010). *Corporate governance and accountability* (3rd ed.). Wiley.
- Lewicki, R. J., Saunders, D. M., & Barry, B. (2015). *Negotiation* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

- Thompson, L. (2015). *The mind and heart of the negotiator* (6th ed.). Pearson Education.
- Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (1991). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. Penguin Books.
- Harvard Negotiation Law Review. (2018). *Effective Questioning in Negotiations: A Case Study Approach*.
- International Journal of Conflict Management. (2021). *Negotiation Behaviors: The Impact of Cultural Differences*.
- Journal of Business Research. (2020). *The Role of Emotional Intelligence in Negotiation: A Study of Business Negotiators*.
- Malhotra, D., & Bazerman, M. H. (2007). *Negotiation Genius: How to Overcome Obstacles and Achieve Brilliant Results at the Bargaining Table and Beyond*. Bantam Books.
- Negotiation Journal. (2019). *Strategic Use of Silence in Negotiations*.
- Dâmbean, C. A., & Gabor, M. R. (2021). *Implications of Emotional Intelligence in Human Resource Management*. *ECONOMICS - Innovative and Economics Research Journal*, 9(2), 73-90. <https://doi.org/10.2478/eoik-2021-0016>
- Gates, S. (2023). *The negotiation book: Your definitive guide to successful negotiating* (3rd ed.). Capstone (a Wiley brand).
- Goleman, D. (1996). *Emotional Intelligence*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mlodinow, L. (2022). *Emotional: How feelings shape our thinking*. Pantheon Books

- Mukhlisa, P., Yohenda, S., Yanti, U., & Yarni, L. (2024). Kecerdasan emosional/Emotional Intelligence (EQ). *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, dan Sosial Humaniora*, 2(1), 115-127. DOI: <https://doi.org/10.59024/atmosfer.v2i1.656>
- Kaswan. (2021). *Kompetensi Interpersonal Dalam Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiasih, I. (2013). *Terampil Melakukan Negosiasi*. Jakarta: Multi Kreasi Satudelapan
- Lewicki, R., & Stark, N. (1996). What is ethically appropriate in Negotiations: An empirical examination of bargaining tactics. *Social Justice Research*, 9, 69-95. <https://doi.org/10.1007/BF02197657>.
- Kim, P., Pinkley, R., & Fragale, A. (2005). Power Dynamics In Negotiation. *Academy of Management Review*, 30, 799-822. <https://doi.org/10.5465/AMR.2005.18378879>.
- Thompson, L. (2013). *The Mind and Heart of the Negotiator*. Pearson. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2012.01245.x>
- Bartos, O. (1977). Simple Model of Negotiation. *Journal of Conflict Resolution*, 21, 565 - 579. <https://doi.org/10.1177/002200277702100402>.
- Druckman, D., & Wagner, L. (2017). Justice and Fairness in Negotiation. *Group Decision and Negotiation*, 26, 9-17. <https://doi.org/10.1007/S10726-016-9496-4>.
- Gates, S. (2010). *The Negotiation Book: Your Definitive Guide To Successful Negotiating*. John Wiley & Sons.
- Lewicky, Rubin, & Brown, 2015. Win-win solution dan produktivitas organisasi. *Jurnal Idaarah*, 7 (Edisi). Sari, A. I., Nuraini, Fauziah, S., Hasri, S., & Sohiron. (2023).

- Fisher, R., & Ury, W. (2020). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. Penguin Books.
- Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2020). *Negotiation*. McGraw-Hill.
- Thompson, L. (2018). *The Mind and Heart of the Negotiator*. Pearson.
- Malhotra, D., & Bazerman, M. H. (2019). *Negotiation Genius: How to Overcome Obstacles and Achieve Brilliant Results at the Bargaining Table and Beyond*. Bantam.

PROFIL PENULIS

1. Dosen Penanggung Jawab

Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M.

Lahir di Bandar Lampung pada tahun 1970, Dr. Nova Mardiana adalah dosen berpengalaman di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Ia menempuh pendidikan sarjana di Universitas Lampung, kemudian meraih gelar Magister Manajemen dan Doktor Ilmu Manajemen dari Universitas Padjadjaran. Fokus utama penelitian dan pengajarannya meliputi strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM), sistem pengukuran kinerja, serta analisis dampak kompensasi terhadap motivasi kerja.

Sebagai pengampu mata kuliah Pitching & Negotiation, beliau menekankan pentingnya komunikasi strategi, pemetaan kepentingan, dan teknik persuasi dalam dunia bisnis digital. Keahliannya mencakup pengembangan karyawan manajemen organisasi, pengembangan serta pelatihan leadership, dan adaptasi SDM dalam transformasi digital. Perannya sangat relevan dalam membekali mahasiswa bisnis digital agar mampu membangun nilai dan menjalin kerja sama profesional secara efektif.

Driya Wiryawan, S.E., M.M.

Lahir di Tanjung Karang pada tahun 1972, Driya Wiryawan adalah lektor di Fakultas Ekonomi Universitas Lampung. Ia menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dan Magister Manajemen di Universitas Padjadjaran. Keahliannya mencakup pemasaran digital, perilaku konsumen, dan strategi komunikasi bisnis, dengan fokus khusus pada pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Sebagai pengampu mata kuliah *Pitching & Negotiation*, beliau memfokuskan pembelajaran pada strategi komunikasi yang berdampak, teknik presentasi bisnis, dan negosiasi berbasis data. Keahlian lain yang dikuasainya termasuk branding digital, analisis tren pasar, dan digital content marketing. Dengan latar belakang tersebut, ia berperan penting dalam membantu mahasiswa program studi Bisnis Digital memahami praktik terbaik dalam memasarkan ide, membangun jejaring bisnis, dan menyesuaikan strategi dengan kebutuhan konsumen era digital.

2. Tim Penulis Mahasiswa

Karya kolaboratif ini merupakan hasil kerja keras **48 mahasiswa** Program Studi **S1 Bisnis Digital** Angkatan 2023, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Proyek penulisan ini dilaksanakan sebagai bagian integral dari mata kuliah *Pitching & Negotiation*, yang dirancang untuk mengasah kemampuan praktis mahasiswa dalam komunikasi bisnis dan teknik negosiasi.

Tim penulis bekerja secara terstruktur di bawah koordinasi **Imanuel Prince Matthew T (2311012056)** sebagai **ketua pelaksana**. Dalam perannya, Imanuel bertanggung jawab untuk mengorganisir serta menjaga konsistensi kualitas penulisan dan menjadi penghubung antara tim mahasiswa dan dosen pembimbing

Proses penulisan dilakukan melalui pendekatan kolaboratif dimana mahasiswa dibagi dalam beberapa kelompok kerja berdasarkan bidang minat:

- a. **Divisi Penulisan** dengan penanggung jawab **Abdur Rohim (2311012068)** dan **12 anggota** divisi. Menyusun naskah utama dan materi pembelajaran.. Anggota Divisi Penulisan:
 - 1) Asfa Farabi Praditya (2351012004)
 - 2) Abiyu Bariq Saefudin (2311012034)
 - 3) Ahmad Fadilah (2311012042)
 - 4) Tsabitha Aisyah H (2351012023)
 - 5) Elrika Larisa R (2311012075)
 - 6) M. Rifky Ramadhan (2311012067)
 - 7) Mutia Tazkia Yuha (2311012029)
 - 8) Eka Lediyana (2311012072)
 - 9) Komang Yotri Sagita (2351012012)
 - 10) M. Nurul Fazri (2311012069)
 - 11) Tubagus Muhammad Raihan (2311012071)
 - 12) M. Haiqal Rafif (2311012033)
- b. **Divisi Keuangan** dengan penanggung jawab **Muhammad Haris Faturrahman (2311012065)** dan **7 anggota** divisi. Mengelola anggaran dan pembiayaan proyek. Anggota Divisi Keuangan:
 - 1) M Nazril Tri Wardana (2311012064)
 - 2) Zaky Maulana Fajri (2311012040)

- 3) Lilian Dara Dianta (2311012004)
 - 4) Alfino Moreno Patra (2311012052)
 - 5) Syuraya Arinda Az-Zahra (2311012013)
 - 6) Salsabila Rayhana (2311012022)
 - 7) Nazwa Putri E.J (2351012020)
- c. **Divisi PDD** dengan penanggung jawab **Muhammad Iqbal Cakra Jenar Virgiantoro (2351012025)** dan **11 anggota** divisi. Mendesain layout dan elemen visual. Anggota Divisi PDD:
- 1) Cahya Bintang Ramadhani (2311012048)
 - 2) Siti Fatimah (2311012066)
 - 3) Andini Fitri Ramadhani (2351012006)
 - 4) Fatya Syahida (2351012013)
 - 5) Rara Emeliana Prahana (2351012017)
 - 6) Ammara salsabila (2311012021)
 - 7) Syifa Fauziya Azzahra (2311012009)
 - 8) Viona Nur Mustika (2311012020)
 - 9) Dinniyah Salsabila (2311012044)
 - 10) M. Fahmi Fath (2351012003)
 - 11) Duta Maharani (2351012016)
- d. **Divisi Publikasi & Percetakan** dengan penanggung jawab **Dinda Cahyani (2311012073)** dan **6 anggota** divisi. Menangani proses cetak dan distribusi karya. Anggota Divisi Publikasi & Percetakan:
- 1) Muhammad Radiif Bissafarah (2311012076)
 - 2) Angelene Cornelia S (2311012030)
 - 3) Renada Dasgina Putri (2351012007)
 - 4) Nazalia Yusrisetya Madani (2311012014)
 - 5) Savira intania (2311012024)
 - 6) Juli Ardian Syah (2311012053)

- e. **Divisi Pemasaran** dengan penanggung jawab **Nesya Rahmadhani (2351012010)** dan **6 anggota** divisi. Merancang strategi promosi dan publikasi. Anggota Divisi Pemasaran:

- 1) Muhammad Rafal Mizzi (2311012046)
- 2) Egi Renanda Y (2311012077)
- 3) Naufal rafiqi anas (2311012028)
- 4) Anggun Pratiwi (2311012018)
- 5) Raihan Arya Putro (2311012039)
- 6) Alifya Zahra JS (2311012012)

3. **Proses Pembimbingan**

Kedua dosen pembimbing memberikan pendampingan komprehensif meliputi:

- a. Penyempurnaan struktur dan konten karya
- b. Pengembangan studi kasus aplikatif
- c. Pelatihan teknik pitching dan negosiasi
- d. Bimbingan penulisan professional

4. **Nilai Tambah Karya**

Karya ini menawarkan:

- a. Pendekatan multidisiplin yang menggabungkan perspektif SDM dan pemasaran
- b. Contoh aplikatif dari dunia bisnis digital
- c. Pembelajaran kolaboratif skala besar
- d. Pengembangan kompetensi profesional mahasiswa

Proyek ini tidak hanya menjadi bukti pencapaian akademik, tetapi juga wujud nyata penerapan pengetahuan dalam setting profesional yang sesungguhnya.