



## IMPLEMENTASI TEKNIK LOBI DAN NEGOSIASI YANG EFEKTIF DALAM MELAKUKAN BISNIS

Tresia Monica Tinambunan<sup>1)\*</sup>, Chontina Siahaan<sup>2)</sup>

1)Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Indonesia

2)Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Indonesia

\*Korespondensi Penulis: tresiamonicatinambunan@gmail.com

### ABSTRACT

*Lobbying and negotiation techniques are part of communication that plays an important role in business activities. Effective lobbying and negotiation affect the smooth running of a business because it can help create relationships and cooperation between business partners in a company and can also build good communication to reach mutual agreements. The purpose of this research is to analyze the techniques, strategies and various ways that need to be developed in order to successfully lobby and negotiate any business activity. This study uses the library research method, which is a method that uses secondary data sources by looking for references through journals, books, literature, notes, and various other documents related to the problem to be solved. The results of the study state that the success of lobbying and negotiation in a business depends on the strategy and ability when lobbying and negotiating certain parties. Lobbying and negotiation techniques in business also require an effective communication process so that there is no misunderstanding between the parties who are lobbying and negotiating and need to understand the delivery of messages from the parties being lobbied or negotiated and position themselves well during the negotiation process.*

**Keywords:** Lobbying and Negotiation Techniques, Communication, Business, Effectiveness

### ABSTRAK

Teknik lobi dan negosiasi merupakan bagian dari komunikasi yang berperan penting dalam kegiatan bisnis. Lobi dan negosiasi yang efektif mempengaruhi kelancaran suatu bisnis karena bisa membantu dalam menciptakan relasi dan kerja sama antar rekan bisnis disuatu perusahaan dan juga bisa membangun komunikasi yang baik untuk mencapai kesepakatan bersama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis teknik – teknik, strategi dan berbagai cara yang perlu dikembangkan supaya bisa berhasil menjalani lobi dan negosiasi terhadap setiap kegiatan bisnis. Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (Library Research) yaitu metode yang menggunakan sumber data sekunder dengan mencari referensi melalui jurnal, buku, literatur, catatan, serta berbagai dokumen lainnya yang berhubungan dengan persoalan yang ingin diselesaikan. Hasil penelitian menyatakan bahwa keberhasilan lobi dan negosiasi dalam suatu bisnis bergantung pada strategi dan kemampuan saat melobi dan negosiasi pihak tertentu. Teknik lobi dan negosiasi dalam bisnis juga memerlukan proses komunikasi yang efektif supaya tidak ada kesalahpahaman diantara pihak yang melakukan lobi maupun negosiasi dan perlu memahami penyampaian pesan dari pihak yang dilobi atau dinego serta memosisikan diri dengan baik saat proses negosiasi berlangsung.

**Kata Kunci:** Teknik Lobi dan Negosiasi, Komunikasi, Bisnis, Efektivitas

### PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari – hari tanpa kita sadari bahwa kita pernah mengalami kegiatan transaksi jual beli dengan melakukan negosiasi seperti peminjaman uang antara nasabah dengan pegawai bank, tawar menawar produk atau pengurangan harga. Bukan hanya negosiasi, terdapat juga aktivitas

dimana seseorang mempengaruhi sasarannya untuk diajak bekerja sama. Hal itu disebut sebagai lobi. Lobi dan negosiasi ternyata memiliki peranan penting dan sangat diperlukan dalam dunia bisnis. Di kalangan masyarakat pasti sudah tidak asing dengan kata bisnis. Pada saat ini bisnis masih terus berkembang karena banyak orang yang melakukan bisnis. Definisi bisnis adalah aktivitas yang dilakukan individu dan organisasi dengan menjual produk atau jasa kepada konsumen untuk memperoleh pendapatan demi melengkapi kelangsungan hidup pebisnis dan juga untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh masyarakat (Faradilla, 2021).

Dalam sebuah bisnis, satu perusahaan saling berhubungan dengan perusahaan bisnis lainnya. Perusahaan harus bekerja sama dengan pihak lainnya jika ingin perusahaannya berkembang dan memiliki finansial dalam jumlah besar. Dalam bisnis itu terdapat tindakan saling membuat kesepakatan diantara pengusaha dengan supplier, pelanggan, investor, dan sebagainya. Siapapun yang ingin melakukan bisnis tentu akan ada lobi dan negosiasi didalamnya. Negosiasi adalah kegiatan tawar menawar atau diskusi untuk memperoleh solusi yang tepat yang bisa diterima pihak yang bersangkutan. Hartman menyatakan jika negosiasi adalah proses komunikasi dua pihak yang mempunyai permasalahan yang sama dan berupaya meraih kesepakatan yang memenuhi keinginan kedua pihak sesuai tujuan dan penilaian mereka (Tazkiya et al., 2021) sedangkan orang yang melakukan negosiasi disebut negosiator. Negosiasi ini bertujuan untuk menemukan win win solution supaya semua pihak memiliki keuntungan bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan. Melobi dan bernegosiasi tidak hanya pihak perusahaan saja yang bisa meraih keuntungan tetapi negosiator juga bisa mendapat keuntungan bahkan jika negosiator tersebut sangat terampil berkomunikasi saat melakukan lobi dan negosiasi maka keuntungan yang akan diperolehnya bisa lebih besar.

Melakukan teknik lobi dan negosiasi tidak bisa sembarangan dan bukanlah hal yang mudah. Terdapat rintangan tertentu saat melobi dan bernegosiasi. Karena melobi perusahaan dan bernegosiasi itu ada berbagai cara dan strategi yang harus dipelajari dan dikuasai oleh negosiator. Dibutuhkan kemampuan yang kompeten untuk melakukan lobi dan negosiasi supaya bisnis antar perusahaan bisa berjalan dengan baik. Negosiasi merupakan bagian dari komunikasi. Komunikasi adalah situasi dimana seseorang ada yang memberikan pesan disebut komunikator dan menerima pesan disebut komunika (Noer, 2018 ). Supaya tidak ada gangguan dalam berkomunikasi maka diperlukan kesamaan pemikiran, pandangan, pemahaman dari kedua orang yang sedang berkomunikasi. Berkaitan dengan bernegosiasi, maka tanpa adanya komunikasi yang baik dapat menyebabkan negosiasi tidak berhasil dan tidak efektif dilakukan. Saat bernegosiasi kita harus memiliki kesamaan persepsi supaya negosiasi berjalan dengan efektif dan banyak hal lainnya yang menjadi faktor penyebab ketidakberhasilan negosiasi (Noer, 2018 ).

Saat melobi dan negosiasi masih ditemukan beberapa kendala seperti situasi dimana perusahaan bisnis yang akan kita negosiasi tidak berniat untuk mendiskusikan persoalan yang kita sampaikan. Bukan hanya itu saja rintangannya, ditemukan lagi adanya keegoisan atau keinginan untuk menang sendiri yang berasal dari satu pihak atau pihak -pihak lainnya yang terlibat dan terdapat rasa cemas

berlebihan jika gagal melaksanakan negosiasi maka akan kehilangan bisnisnya atau bangkrut (Jatmiko, 2016). Dan karena terdapat juga pembicaraan yang tidak nyambung dan tidak ada kecocokan saat bernegosiasi ini juga merupakan tantangan. Negosiasi bisa berjalan dengan buruk karena negosiator memberikan informasi yang mungkin tidak perlukan oleh calon klien (kotaraya, 2021). Lalu jika tanpa kita sadari saat negosiasi kita bisa saja meremehkan nama brand perusahaan dari klien, klien bisa kecewa dan tidak ingin melanjutkan negosiasi. Saat negosiasi seringkali kita hanya fokus pada penawaran harga sehingga tidak memperhatikan komponen yang ternyata lebih penting dalam negosiasi dan menyebabkan negosiasi tidak berjalan dengan mulus (kotaraya, 2021). Ketika bernegosiasi kita hanya memikirkan hubungan jangka pendek yang dimana kita hanya bernegosiasi dengan rekan bisnis dalam satu waktu tertentu saja padahal kita bisa menjalin hubungan jangka panjang dengan klien dan lebih akrab sehingga negosiasi selanjutnya akan lebih ringan untuk dilakukan pada klien kita tersebut (kotaraya, 2021).

Bisnis yang tidak berjalan dengan baik itu bisa terjadi karena adanya rasa tidak ingin memiliki hubungan yang baik. Tentu hal tersebut dapat mengumpulkan respon yang buruk dari masyarakat sekitar menyangkut lobi dan negosiasi. Sehingga bisnis dinilai hanya sebagai kepentingan dalam perekonomian saja. Dan juga ketidakinginan menjalin relasi yang baik antar rekan bisnis maupun pesaing bisnis saat ingin melakukan lobi dan negosiasi tidak bisa meraih *win – win solution* (group, 2018). Apabila dalam bisnis seseorang melakukan kesalahan saat beraktivitas melobi dan negosiasi dapat mengakibatkan adanya kerugian bagi pebisnis. Melakukan lobi dan negosiasi terhadap rekan bisnis yang kita tuju sebaiknya harus mengasah potensi terlebih dahulu untuk melakukan lobi dan negosiasi dengan benar maka dapat terjalinnya kesepakatan bersama antar rekan bisnis. Berdasarkan paparan yang dikemukakan dalam latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah yang akan di bahas dalam penelitian yaitu Bagaimana cara menerapkan teknik lobi dan negosiasi dengan efektif supaya suatu bisnis dapat berjalan dengan baik dan upaya – upaya yang perlu dikuasai untuk melakukan lobi dan negosiasi tersebut?

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif berupa Studi Kepustakaan (*Library Research*). Menurut (Kasari, 2020) Studi kepustakaan merupakan suatu studi yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada di perpustakaan seperti dokumen, buku, majalah, kisah-kisah sejarah, dsb (Mardalis:1999). Menurut (Kasari, 2020) Studi kepustakaan juga dapat mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sarwono:2006). Studi kepustakaan juga berarti teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir:1988)

Sumber data dari penelitian ini menggunakan data sekunder, data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (Syafnidawaty, 2020). Data sekunder merupakan data dari penelitian yang bersumber dari data yang diperoleh dengan cara mencari data dan informasi dari penelitian terdahulu, jurnal, buku, internet, dan lain-lain yang dapat memberikan data dan informasi yang sesuai dengan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Definisi Lobi

Menurut Pramono (1997) Lobi adalah suatu *pressure group* yang mengaplikasikan berbagai cara mengajak orang-orang untuk memperoleh hubungan yang bermanfaat. Konsep ini mengutamakan lobby untuk membentuk koalisi dengan organisasi – organisasi memiliki tujuan untuk saling bekerja sama. Dimanfaatkan juga untuk membentuk akses untuk mencari informasi dan saling berinteraksi dengan individu yang berpengaruh (frf, 2017). Lobi dapat diartikan sebagai penyatuan, penyatuan yang mengarah kepada tujuan yang saling menguntungkan bagi salah satu atau kedua belah pihak. Lobi diperlukan untuk mendapatkan keuntungan dari pihak siapapun dan juga diperlukan untuk kepentingan organisasi. Dalam organisasi, lobi dibutuhkan untuk keberhasilan dalam melakukan bisnis yang sudah direncanakan. Kegiatan organisasi dapat dipermudah dan bisa mendapat keuntungan apabila diberikan izin usaha atau hak paten oleh agensi pemerintah. Hal ini berarti lobi adalah proses menyalurkan berbagai pendapat untuk mendukung posisi organisasi bagi individu seperti pejabat dan lembaga pemerintah. Lobi dalam bisnis adalah awal mula dari nego (Hadi, 2019). Dengan demikian, lobi bagi individu maupun organisasi bermanfaat untuk membantu suksesnya suatu bisnis, seperti untuk memenangkan kontrak bisnis, memudahkan keperluan bisnis dan sebagainya. Sepanjang proses lobi terjadi terdapat aktivitas yang bersifat informal (tidak resmi), komunikasi pesan yang sifatnya persuasif cenderung berkuasa. Walaupun sifatnya informal, diperlukan persiapan yang baik saat melobi dengan menyediakan pendapat – pendapat yang dapat dipercaya, mengerti upaya apa yang akan dilakukan untuk melobi dan pihak mana yang ingin dilobi dan lain – lain (Hadi, 2019).

### Negosiasi

Menurut Hartman dalam Djoko Purwanto, (2006), negosiasi mengandung makna yang berbeda tergantung dari pemahaman seseorang yang berkaitan dalam organisasi. Dalam melakukan negosiasi dari dua pihak yang memiliki kepentingan yaitu pembeli dan penjual. Dapat juga diartikan bahwa negosiasi adalah proses keterampilan berkomunikasi antara dua pihak, dimana pihak – pihak memiliki tujuan dan pemahamannya tersendiri. Dan mereka berusaha untuk mencapai kesepakatan yang bisa memenuhi keinginan kedua pihak tentang kesamaan permasalahannya (Ati, 2015). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Nego adalah tindakan tawar menawar dengan berdiskusi untuk meraih kesepakatan bersama antara kelompok atau organisasi dan pihak lainnya, menyelesaikan sengketa melalui jalur damai dengan berunding antara pihak yang berseketra,

mengadakan tawar menawar dari diskusi untuk memperoleh kesepakatan atau persetujuan (Hadi, 2019).

Negosiasi adalah rangkaian kegiatan untuk mempertimbangkan penawaran hingga penawaran tersebut diterima. Dapat diartikan juga negosiasi yaitu adalah diskusi, percakapan yang mengarah kepada rencana pertemuan atau perjanjian. Bisa juga diartikan sebagai perlakuan untuk mengatasi ketentuan dan syarat yang berlaku dalam proses tawar menawar, jual beli, transaksi bisnis dan lain sebagainya. Jadi proses negosiasi meliputi proses tawar menawar dalam setiap perusahaan dengan pelanggannya. Negosiasi merupakan kegiatan berkomunikasi dalam suatu transaksi bisnis dengan keinginan untuk mencapai kesepakatan atau proses komunikasi dengan pihak lain untuk meraih kesepakatan (Utami, 2017).

### **Komunikasi Bisnis**

Menurut Djoko Purwanto komunikasi bisnis adalah komunikasi yang dibutuhkan bagi bisnis yang memiliki berbagai jenis komunikasi, seperti komunikasi verbal dan non verbal demi menggapai tujuan sesuai dengan keperluan terjalannya komunikasi pebisnis tersebut (Bimo, 2017). Keterampilan berkomunikasi diperlukan disetiap perusahaan sehingga diharapkan suatu perusahaan harus menguasai ilmu berkomunikasi yang baik. Komunikasi yang baik dapat mempermudah bisnis saat berdiskusi dalam melakukan percakapan dengan diri sendiri dan juga dengan orang – orang disekitar. Dengan praktik bisnis negosiasi seperti keterampilan dan etika bisa mengendalikan berjalannya komunikasi supaya bisa seimbang, tidak merugikan jadi kesempatan terwujudnya komunikasi yang tepat adalah hadirnya persepsi yang sama. Harapan dari suatu bisnis adalah ingin menciptakan kesepakatan dan kerja sama, dimana umumnya dijelaskan dalam surat atau dokumen bisnis misalnya nota yang berisi dari sudut pandang yang sama dan juga persetujuan terjalannya kerja sama dan relasi lainnya.

Penerapan komunikasi dalam bisnis, disampaikan oleh Bovee and Thill (2009) dalam bukunya *Business Communication Today* yaitu proses pengiriman makna dan informasi antara pengirim pesan dan penerima pesan dalam bentuk tertulis, lisan, visual dan media elektronik. Inti dari komunikasi adalah pertukaran pesan, saling berbagi data dan informasi satu sama lain. Komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang diperlukan dalam bisnis yang terdiri dari berbagai macam komunikasi, baik secara verbal maupun non verbal untuk menggapai tujuannya. (Purwanto, 2011). (Sovia Rosalin, 2020).

Menurut (Hadi, 2019) dalam melaksanakan suatu lobi ada beberapa target yang ingin dicapai Dalam kegiatan lobi tentunya ada berbagai ketentuan dan keinginan yang harus dicapai supaya kegiatan lobi bisa berhasil sesuai dengan harapan. Ketentuan yang dapat dilakukan dalam lobi antara lain:

1. Dapat memberikan efek bagi prinsip dan cara bertindak suatu pihak perusahaan atau organisasi

2. Bisa memikat dan memperoleh dukungan
3. Bisa menciptakan keberhasilan pada prasyarat kontrak dalam aktivitas bisnis
4. Bisa meringankan suatu persoalan
5. Mendapatkan akses untuk aktivitas selanjutnya
6. Memberikan informasi untuk melengkapi kebutuhan menunjang aktivitas

Beberapa persediaan dan perlengkapan berupa kasus atau isu dalam kegiatan lobi untuk menunjang tujuan suatu organisasi (Hadi, 2019). Diperlukan perlengkapan untuk melaksanakan kegiatan lobi yang efektif. Perlengkapan atau kesiapannya itu adalah sebuah kasus yang dimana memperkuat tercapainya tujuan organisasi. Dalam menyediakan kasus tersebut dilakukan melalui tahap - tahap sebagai berikut:

1. Merancang dan mengistimewakan pendapat atau argumen yang bisa mendukung kedudukan organisasi
2. Mengasah pendapat yang berlainan dengan kedudukan organisasi
3. Menguasai pengenalan dan pemahaman rekan bisnis yang akan terpengaruh
4. Merangkai aturan dalam bentuk tulisan berkaitan dukungannya terhadap organisasi
5. Melaksanakan pembicaraan selanjutnya untuk memenangkan kedudukan yang mendukungnya
6. Percakapan yang dilakukan harus komunikatif dan tidak bertele -tele, mengelola volume suara dan menyiapkan kalimat yang efektif
7. Memperdulikan perilaku, tatapan mata, dan bahasa tubuh yang menolong
8. Rasa santun, menghargai perbedaan, dan berteman dengan baik

Dikutip dari (Hadi, 2019) ditemukan adanya pilihan sasaran yang tepat untuk dilobi.

Kosmopolit (*cosmopolite*) penyebrang batasan (*boundary spanner*) merupakan pengikut pengikut suatu organisasi yang mempunyai hubungan sangat penting dengan wakil – wakil lingkungan. Kosmopolit menerapkan hubungan berharga tersebut, menyebarkan informasi melalui organisasi ke lingkungan dan menyampaikan informasi juga dari lingkungan ke organisasi (umpan balik). Dari batasan yang ada, semua pengikut organisasi bisa melaksanakan kegunaan dari penyebrangan perbatasan. Peyambungan ini ditemukan pada profesi public relations, media relations, advertising, urusan SDM, dan penelitian. Kosmopolit juga banyak didapati pada puncak atau dasar susunan organisasi.

Kedua, Legislator adalah anggota dewan legislatif yang membuat undang – undang. Para pebisnis dan rumah tangga konsumen, produsen yang berperan dalam perekonomian dan industri berkeinginan untuk melaksanakan lobi dengan legislator supaya bisa memperlancar urusan yang berhubungan dengan perundangan. Ketiga, adanya seseorang yang memiliki pengaruh yang dominan diantara orang – orang lainnya disetiap lokasi maupun organisasi. Individu tersebut biasa dikenal dengan sebutan informal leader atau opinion leader yang sangat berpengaruh dan dapat meyakinkan setiap anggota yang berada dilokasi.

Kondisi yang dibutuhkan dan harus diterapkan dalam melakukan melobi (Hadi, 2019)

1. Turut serta mengerti perasaan komunikan, berupaya memposisikan diri dalam suasana hati komunikan. Membangun situasi yang berdasarkan kesepakatan agar rangkaian referensi dapat dibuat. Dari awal harus mengetahui ciri khas karakter dalam diri komunikan.
2. Mengadakan pertemuan dengan membuat perjanjian dahulu tanpa paksaan. Menyiapkan dengan efektif semua yang ingin dikemukakan. Jika dibutuhkan maka perlu menyediakan proposal atau apapun yang diperlukan.
3. Memiliki sikap yang dapat dimaklumi, santai, jujur dan berani.
4. Tidak boleh menggunakan pengucapan kata yang sama dalam waktu yang singkat karena dapat melukai perasaan komunikan. Jangan membuat komunikan jadi beranggapan bahwa dirinya tidak pintar atau membuat komunikan jadi salah persepsi terhadap penyampaian kita.
5. Melihat kondisi psikis komunikan. Apabila komunikan dalam kondisi kurang sehat sebaiknya percakapan bisa dilakukan secukupnya saja.
6. Tidak mengingkari janji yang sudah sesuai dengan kesepakatan yang dibentuk.

### **Strategi Lobi**

Strategi yang pertama kali dapat dilakukan adalah mengatur ekspresi wajah kita. Pandangan dari awal paling penting karena pandangan dari awal itu dalam waktu yang cepat bisa melekat didalam hati pihak yang dilobi. Pemahaman awal dapat dipahami sebagai sikap yang baik, murah senyum, dan menerimanya dengan baik. Memperlihatkan senyuman yang manis pada setiap peluang maka ketika melobi pihak tersebut bisa membangun relasi yang baik. Lalu jadilah pribadi yang bisa meyakinkan seseorang untuk bisa berteman dan orang lain bisa menerima untuk diajak kerja sama yang menurutnya bisa dipercaya (Evelina, 2004). Selanjutnya dengan memiliki sifat yang jujur supaya bisa dipercaya oleh pihak yang dilobi. Jika membuat janji maka harus ditepati supaya tidak mengecewakan orang lain. Membuat pilihan dan keputusan harus yang terbaik untuk diri sendiri supaya bisa melakukannya dengan baik. Yang ketiga membuat orang takjub terhadap diri anda. Ketika berdiskusi dengannya, mulailah membicarakan mengenai identitasnya, hobinya, pekerjaannya. Menciptakan komunikasi yang memukau keinginan target lobi. Anda akan membuat dia bersemangat. Keinginannya bisa dicari tahu melalui orang terdekatnya atau mencari tau melalui sosial media (Evelina, 2004). Keempat, memberikan pujian kepadanya mengenai pencapaiannya, buatlah dia semakin senang berada didekat anda sehingga dia mau bekerja sama dengan anda (Evelina, 2004).

### **Membangun Komunikasi yang Efektif dalam Proses Negosiasi**

Dalam membangun komunikasi yang efektif yang pertama harus memiliki integritas, integritas itu merupakan tingkah laku dan perbuatan sehari-hari. Integritas menyatakan konsistensi antara perkataan dengan fakta (kenyataan). Kejujuran diperlukan dalam meningkatkan komunikasi yang baik

saat bernegosiasi (Utami, 2017). Jika ingin melakukan negosiasi harus memiliki kemampuan untuk meneliti sasaran yang akan menerima pesan, menyusun pesan, menentukan media. Cara meneliti sasaran yaitu dengan memahami dulu siapa yang menjadi sasaran, misalnya konsumen atau calon pembeli produk/jasa (Utami, 2017). Melakukan pengumpulan umpan balik yang memiliki tujuan untuk menilai keberhasilan informasi yang disampaikan untuk komunikasi. Penggabungan umpan balik bisa diterapkan dengan membuat riset pasar atau riset konsumen. Keduanya bisa menolong pengusaha atau pebisnis untuk mengenali siapa konsumennya, jadi bisa berkontribusi untuk strategi marketing berikutnya. Dan juga negosiator yang baik harus mendengarkan pembicaraan dengan baik dikarenakan lawan bicara kita akan langsung memahami keinginan dan keseriusan kita jika kita bisa mendengarkan pembicaraan orang lain dengan konsentrasi dan memperhatikannya dengan seksama (Utami, 2017).

### **Tujuan Negosiasi (Hadi, 2019)**

Negosiasi memiliki tujuan untuk mendapatkan suatu keputusan bersama tentang suatu masalah yang diperundingkan. Demikian terdapat beberapa tujuan negosiasi lainnya yaitu:

1. Bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan pertentangan pendapat karena adanya perbedaan persepsi saat proses negosiasi
2. Untuk memperoleh kesepakatan dan kunci jawaban dari berbagai hal yang dinegosiasikan
3. Untuk menjauhi hal-hal negatif yang dapat muncul dari proses negosiasi misalnya pertentangan atau penolakan karena kurang setuju dengan pendapat yang lain sebab masing-masing pihak mempunyai rasa untuk memperjuangkan pendapatnya.
4. Bertujuan untuk mempersatukan suatu pendapat yang berbeda diantara pihak-pihak yang ada

### **Hal-hal yang perlu diperhatikan dari awal sebelum melakukan negosiasi**

John R. Hook menjelaskan hal-hal penting yang harus diperhatikan ketika ingin negosiasi menurut (Tazkiya et al., 2021) sebagai berikut :

1. Harus bisa menaklukan pokok permasalahan  
Kita perlu mencari penjelasan yang faktual dan akurat mengenai suatu masalah. Alangkah baiknya jika kita tidak mengabaikan suatu permasalahan yang ternyata belum sesuai kenyataan karena untuk negosiasi akan menunjukkan kepastian persepsi sepenuhnya.
2. Mengenal perilaku pihak yang dinegosiasi  
Untuk melakukan negosiasi sebaiknya kita meyakinkan diri bahwa kita sudah memilih pihak yang sesuai dengan keinginan kita untuk berdiskusi. Lalu kita bisa meneliti sifat dan perilaku pihak yang dinegosiasi supaya bisa memilih jenis komunikasi yang perlu dikuasai untuk bernegosiasi dengan pihak yang akan dinegosiasikan.
3. Posisi yang berbeda

Pada waktu tertentu situasi adanya jabatan atau posisi yang berbeda bisa membuat konflik ketika salah satu pihak sedang memperlihatkan kewenangannya terhadap yang lain. Maka kita harus memperhatikan dan memahami kewenangan pihak negosiator dan juga pihak yang dinegosiasi.

4. Dampak apabila kalah

Sebaiknya kita memilih untuk mengalah dan tidak memperlebar konflik apabila terdapat perkiraan karena terjadi kekalahan dapat membuat citra yang buruk pada organisasi, menghalangi potensi kita untuk menjadi pemimpin, dan bisa menghancurkan relasi yang sudah baik.

5. Dampak apabila menang

Apabila kita bisa memenangkan negosiasi harapannya semoga tidak membuat rekan bisnis kita tidak percaya ataupun tidak menerima kemenangan kita. Meskipun kita menang, kemungkinan bisa terjadi keretakan hubungan diantara pihak – pihak yang lain karena adanya kecemburuan dari rekan bisnis. Mungkin pilihan yang terbaik supaya tidak terjadi keretakan hubungan adalah dengan cara tidak melanjutkan negosiasi dan mengalah.

### **Teknik Negosiasi**

Menurut (Astuti et al., 2015) Teknik negosiasi merupakan cara perorangan maupun kelompok untuk menyelesaikan konflik atau suatu proses terjadinya kesepakatan bersama atau untuk memenangkan suatu persaingan bisnis.

1. Membuat Agenda

Teknik ini berfungsi untuk menentukan waktu kepada pihak yang berkonflik supaya berbagai konflik yang ada bisa diselesaikan dengan rapih. Dan juga berfungsi untuk mengajak pihak - pihak yang berkonflik untuk meraih kesepakatan.

2. Bluffing

Teknik ini dimanfaatkan negosiator untuk menyesatkan lawan bicaranya dengan memalsukan pernyataan dan membuat ilustrasi yang tidak sesuai dengan fakta.

3. Membuat Tenggat Waktu (Deadline)

Teknik ini digunakan jika salah satu pihak yang berembuk mau mempersingkat waktu penyelesaian diskusi dengan memberikan batas waktu pada lawan supaya cepat membuat keputusan.

4. Good Guy Bad Guy

Taktik ini digunakan melalui cara membuat pelaku “jahat” dan “baik” kepada salah satu pihak. Pelaku “jahat” digunakan untuk memaksa lawan supaya pemahaman - pemahamannya selalu ditolak pihak lawan, lalu pelaku “baik” ini adalah pihak yang dihargai lawan; opini -

opini yang disampaikan bisa menetralkan opini pelaku “jahat” maka dapat diterima lawan berundingnya.

5. The Art of Concession

Teknik ini dilakukan dengan sering memohon hak izin dari lawan bicaranya berdasarkan semua permohonan pihak lawan bicara yang akan dituruti.

6. Intimidasi

Teknik ini bisa dimanfaatkan apabila satu pihak menakuti lawan berundingnya supaya mau menerima tawarannya dan juga mempertegas dampak yang akan diterima jika menolak tawarannya.

### **Strategi yang efektif dalam pelaksanaan negosiasi**

Strategi yang efektif dapat membuahkan hasil yang memuaskan. Strategi negosiasi terdiri dari empat nego yaitu antara lain:

1. Win-Win

Strategi ini dipilih jika pihak-pihak yang berselisih menginginkan penyelesaian masalah bisa menguntungkan kedua belah pihak. Strategi ini dapat dipilih apabila perselisihan disetiap pihak mengharapkan penyelesaian masalah dapat menguntungkan kedua belah pihak. Menyatukan solusi dari pihak-pihak yang berkonflik untuk mencari alternatif yang disepakati bersama dan memenuhi harapan kedua belah pihak (Utami, 2017)

2. Win-Lose

Strategi ini dipilih karena pihak yang berkonflik ingin memperoleh hasil sepenuhnya dari penyelesaian konflik. Dengan strategi ini, pihak – pihak yang berkonflik yang dimana memiliki kekuasaan untuk meraih hasil dari konflik dan menjatuhkan lawannya jadinya saling berkompetisi (Utami, 2017).

3. Lose-Lose

Strategi ini biasanya digunakan untuk ketidakberhasilan dari pemilihan strategi yang “tepat” dalam melakukan nego. Sehingga harapan dari pihak yang berkonflik tidak terwujud (Hadi, 2019).

4. Lose-Win

Strategi ini dipilih apabila salah satu pihak mengalah supaya bisa memperoleh keuntungan dari kekalahan pihak -pihak yang lain (Hadi, 2019).

### **Cara menjadi negosiator yang berkompeten**

Menurut (Tazkiya et al., 2021) supaya bisa menjadi negosiator yang kompeten, terdapat beberapa cara khusus dan sikap – sikap yang diperlukan untuk mencapai kesepakatan saat negosiasi antara lain:

1. Tidak mudah menyerah

Dalam proses negosiasi tentu menghabiskan waktu, tenaga, dan pikiran. Hal itu membuat negosiator harus memiliki mental dan fisik yang tahan banting. Negosiator sebaiknya tidak mudah putus asa dan juga negosiasi bisa dilakukan dengan lancar dengan mengatur waktu saat memberikan kesempatan bicara terhadap pihak yang ikut dalam negosiasi.

2. Memiliki ilmu pengetahuan yang dalam dan pintar

Dengan adanya pengetahuan atau ilmu yang lebih luas tentu akan memudahkan seorang negosiator untuk mendapatkan solusi dari suatu konflik dan bisa membuat keputusan yang tepat.

3. Memiliki sikap yang positif

Dengan sikap positif bisa membuat negosiasi berdampak positif juga. Negosiator tidak jauh dari yang namanya berhubungan sosial dengan pihak siapapun jadi harus bisa memiliki pandangan yang positif.

4. Peduli terhadap klien

Seorang negosiator diharapkan bisa peduli dengan konflik yang dialami oleh kliennya. Dengan mempedulikan klien, klien pun akan merasa senang karena ada yang perhatian dan mengerti kondisinya. Dan ini bisa membuat adanya respon yang baik dari klien.

5. Menjadi pribadi yang sabar

Dengan adanya rasa sabar bisa memprediksi adanya kesempatan dimana akan ada kejadian yang tidak diinginkan. Diperlukan adanya pengendalian emosi apabila ada ketegangan dalam suatu hubungan dengan siapapun.

6. Inisiatif, Solutif dan Kreatif

Negosiator diharapkan bisa kreatif, solutif dan inisiatif karena dengan ketiga hal tersebut dapat membuat negosiator bisa meneliti semua persoalan yang ada sehingga bisa membuat keputusan yang benar sebab sikap ini berhubungan kuat dengan potensi dalam penyelesaian masalah.

## SIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan diatas mengenai berbagai langkah, cara, dan teknik lobi dan negosiasi dalam bisnis maka penulis dapat membuat kesimpulan bahwa dalam suatu kegiatan bisnis, Teknik lobi berguna bagi kelancaran bisnis karena lobi bisa meraih kontrak bisnis, meringankan pelaksanaan bisnis, bisa mendapatkan akses untuk aktivitas bisnis dan lain sebagainya. Lobi bersifat tidak resmi namun tetap harus melakukan persiapan dengan membuat argumentasi, dan mengerti pola pikir pihak yang akan dilobi. Dalam proses berlangsungnya lobi dibutuhkan penyampaian komunikasi yang efektif dan komunikatif supaya pihak yang dilobi bisa memahami maksud pembicaraan kita. Lobi dapat berjalan secara efektif dengan memperhatikan situasi yang akan terjadi, memilih sasaran atau target lobi yang tepat, dan serta menguasai strategi – strategi yang efektif supaya bisa membentuk

kerja sama (membangun relasi yang baik dengan rekan bisnis sampai bisa memperoleh kesepakatan bersama dengan negosiasi).

Supaya sukses melakukan negosiasi dalam bisnis maka saat proses negosiasi kita harus mendengarkan setiap diskusi dengan seksama, membuat penampilan kita terlihat sopan dan rapih, mengontrol bahasa tubuh kita seperti pandangan mata dan postur tubuh yang tidak gelisah. Dan juga kita sebelumnya sudah harus mempraktekan dan menguasai kemampuan dalam teknik negosiasi yang efektif, strategi – strategi yang tepat dengan meyakinkan diri sendiri sehingga kita sudah siap untuk bernegosiasi dengan rekan bisnis, mitra, dan pihak lainnya karena kita sudah ada persiapan yang matang untuk melakukan negosiasi. Seperti yang sudah dibahas dari awal bahwa tujuan dari negosiasi adalah untuk memperoleh kesepakatan bersama diantara kedua belah pihak atau disebut juga win – win. Oleh karena itu untuk bisa meraih kesepakatan bersama diperlukan adanya relasi yang kuat diantara kedua belah pihak yang bernegosiasi dalam bisnis. Saling bekerja sama dengan mencari solusi bersama dalam diskusi, dan upayakan harus ada yang bisa menerima argumen, tidak boleh egois. Komunikasi yang efektif juga mempengaruhi keberhasilan negosiasi dalam bisnis karena dengan pola komunikasi yang baik dan bisa menghargai perbedaan pendapat maka pembicaraan diantara pihak yang sedang melakukan nego bisa saling memahami pesan yang disampaikan dan bisa mengerti tujuan yang disampaikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Sinta Indi, Septo Pawelas Arso, and Putri Asmita Wigati. (2015). ” Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang 3(1):103–11.
- Ati, Aster Pujaning. (2015). “Keterampilan Berbicara Dalam Negosiasi.” *Journal Applied Business and Economics* 1(3):200–212.
- Bimo. (2017). *15 Pengertian Komunikasi Bisnis Menurut Para Ahli*. Retrieved from pakarkomunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-bisnis-menurut-para-ahli>
- Evelina, Lidia. (2004). “Pentingnya Keterampilan Berkomunikasi Dalam Lobi Dan Negosiasi.” *Jurnal Komunikologi* 1(2):50–58.
- Faradilla, R. (2021). *idntimes*. Retrieved from Bisnis: Pengertian, Fungsi dan Tujuannya: <https://www.idntimes.com/business/finance/rinda-faradilla/apa-itu-bisnis/6>
- frf. (2017). *Pengertian Lobbying Dan Karakteristik Lobbying*. Retrieved from pengertianandartikel: <http://pengertianandartikel.blogspot.com/2017/03/pengertian-lobbying-dan-karakteristik.html>
- group, p. (2018). *Pengertian Lobi dan Negosiasi*. Retrieved from surabaya.proxsisgroup.com: <https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-lobi-dan-negosiasi/>
- Hadi, Hamdi. (2019). *Catatan Praktis Lobi & Nego Untuk Bisnis*. Indigo Media.
- Jatmiko, B. P. (2016). *Antisipasi 10 Tantangan Dalam Negosiasi*. Retrieved from money.kompas.com: [https://money.kompas.com/read/2016/06/13/111727826/antisipasi.10.tantangan.dalam.negosiasi?amp=1&page=2&jxconn=1\\*1mo5qic\\*other\\_jxampid\\*S21wb0pka0o5aHpzR0VWLVg2d1pCXzJtQ0ppVFVwc1ZWmkJJaGNFZW9Mb3FjeVhZWEZjZ2toRGpNcWhibnB6Yg](https://money.kompas.com/read/2016/06/13/111727826/antisipasi.10.tantangan.dalam.negosiasi?amp=1&page=2&jxconn=1*1mo5qic*other_jxampid*S21wb0pka0o5aHpzR0VWLVg2d1pCXzJtQ0ppVFVwc1ZWmkJJaGNFZW9Mb3FjeVhZWEZjZ2toRGpNcWhibnB6Yg)
- kotaraya, m. A. (2021). *5 Penyebab Negosiasi Gagal yang Sering Tak Disadari*. Retrieved from abckotaraya.id: <https://abckotaraya.id/5-penyebab-negosiasi-gagal-yang-sering-tak-disadari/>
- Kasari, Oktavia. (2020). “Tumbuh Kembang : Kajian Teori Dan Pembelajaran PAUD Jurnal PG-PAUD FKIP Universitas Sriwijaya.” *Tumbuh Kembang: Kajian Teori Dan Pembelajaran PAUD Jurnal PG PAUD FKIP Universitas Sriwijaya* 7(November):97–105. doi: 10.36706/jtk.
- Noer, M. (2018). *Kegagalan Negosiasi = Kegagalan Komunikasi*. Retrieved from presenta.co.id:

- <https://presenta.co.id/artikel/kegagalan-negosiasi-komunikasi/>  
Sovia Rosalin, S. D. (2020). *Komunikasi Bisnis: Pendekatan Praktis*. UB Press.
- Syafnidawaty. (2020). *DATA SEKUNDER*. Retrieved from raharja:  
<https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>
- Tazkiya, Aulia, Mico Aldiansyah, Gina Sonia, and Hendri Sopian Saparingga. (2021). "Meraih Keberhasilan Negosiasi Bisnis Melalui Keterampilan Berkomunikasi." *Jurnal Sosial Sains* 1(5):345–58.
- Utami, Faiqotul Isma Dwi. (2017). "Efektivitas Komunikasi Negosiasi Dalam Bisnis." *Komunike* ix(2):105–22.