

Strategi Negosiasi *Public Relations Officer* Warm Up IT dalam Mendapatkan Klien

¹Derry Hernandi, ²M.E Fuady

^{1,2}*Prodi Ilmu Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

Email : ¹derryhernandi@gmail.com, ²mefuady1@gmail.com

Abstract. Today many companies - companies are competing to get clients or cooperating with outsiders. It aims to expand and improve the company. In a relationship with a client or an outside party there must be a process of negotiation or bargaining, in the business world commonly called Negotiation. In the world of business negotiations need to be done to achieve mutual benefit, instead of dropping one of the parties and the desired final result of the decision is the same - the same desired by both parties concerned need one another. The cooperation necessary for the smooth running of their means or step we achieve the targets, in the form of planning called Strategy. Negotiation strategy is the most important details that must be owned by a company in negotiations. The formulation of the problem of this paper is "How to Negotiate activities conducted by Warm Up IT As IT Consulting Companies In Effort Establish Cooperation with Clients". The purpose of this study was to determine strategi negotiation used by the Public Relations Officer Warm Up IT dalam efforts to establish cooperation with external parties of the company, to know the negotiation techniques used by negotiators in an effort to establish cooperation dengann external parties of the company, to determine the negotiating tactics used by negotiator in efforts menjaalin cooperation with external companies and to know the stages of negotiation used oleg negotiator CV. Warm Up ITY in an effort to establish cooperation with external parties company. The method used in this thesis is descriptive method. In this paper the author tries to explain the activities of negotiations with external parties. Data collection techniques used were interviews, questionnaires, and literature study. In accordance with the results of field research conducted by the author, it can be concluded as follows: 1. Definition general preparation for the negotiations that lead to a plan that is simple and specific. The majority of members of the negotiation team CV. Warm Up IT say in the implementation of the negotiations they have a common Definition or preparation. 2. Definition alternative is planning deliberately prepared if Definition typically do not succeed in the midst of negotiations. In any negotiation, member of the negotiation team CV. Warm Up IT to think about the possibilities that exist if negotiations fail. 3. Session session asking questions is something that is always used member of the negotiation team CV. Warm Up IT weeks to get answers or information desired. The majority of the quantity and quality of the submission of the question members of the negotiation team CV. Warm Up IT during negotiations, considered very often and with conviction. 4. In addition to the negotiation stage setting, can be marked with self-image and setting the stage itself. This self-image of a negotiator is also a separate assessment.

Keywords: Strategy, Negotiation, Client

Abstrak. Dewasa kini banyak perusahaan – perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan klien atau menjalin kerjasama dengan pihak luar. Hal tersebut bertujuan untuk memperluas dan memajukan perusahaan. Dalam menjalin hubungan dengan klien atau pihak luar pasti terdapat proses perundingan atau tawar menawar, dalam dunia usaha biasa disebut *Negosiasi*. Pada dunia bisnis negosiasi perlu dilakukan untuk mencapai keuntungan bersama, bukan menjatuhkan salah satu pihak dan yang diinginkan adalah hasil akhir berupa keputusan yang sama – sama diinginkan oleh kedua belah pihak yang berkepentingan membutuhkan satu sama lain. Untuk memperlancar jalannya kerjasama perlu adanya cara atau langkah kita mencapai sasaran, berupa perencanaan yang disebut Strategi. Strategi negosiasi merupakan inti terpenting yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan dalam melakukan negosiasi. Adapun perumusan masalah dari penulisan makalah ini adalah “Bagaimana Kegiatan Negosiasi Yang Dilakukan Oleh Warm Up IT Sebagai Perusahaan Konsultan IT Dalam Upaya Menjalinkan Kerjasama dengan Klien”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi negosiasi yang digunakan oleh Public Relations Officer Warm Up IT dalam upaya menjalin kerjasama dengan pihak eksternal perusahaan, Untuk mengetahui teknik negosiasi yang digunakan oleh negosiator dalam upaya menjalin kerjasama dengann pihak eksternal

perusahaan, untuk mengetahui taktik negosiasi yang digunakan oleh negosiator dalam upaya menjalin kerjasama dengan pihak eksternal perusahaan dan untuk mengetahui tahap-tahap negosiasi yang digunakan oleh negosiator CV. Warm Up IT dalam upaya menjalin kerjasama dengan pihak eksternal perusahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode deskriptif. Dalam penulisan ini penulis mencoba untuk memaparkan mengenai kegiatan negosiasi dengan pihak eksternal. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, angket, dan studi kepustakaan. Sesuai dengan hasil penelitian di lapangan yang dilakukan penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Ancangan umum merupakan persiapan untuk negosiasi yang mengarah pada suatu perencanaan yang sederhana dan spesifik. Mayoritas anggota tim negosiator CV. Warm Up IT mengatakan dalam pelaksanaan negosiasinya mereka memiliki ancangan umum atau persiapan. Ancangan alternatif merupakan perencanaan yang sengaja dipersiapkan jika ancangan umum tidak berhasil di tengah-tengah negosiasi. Dalam setiap negosiasi, anggota tim negosiator CV. Warm Up IT memikirkan kemungkinan-kemungkinan yang ada jika negosiasi gagal. Sesi pengajuan pertanyaan merupakan sesuatu sesi yang selalu digunakan anggota tim negosiator CV. Warm Up IT untuk mendapatkan jawaban atau informasi yang diinginkan. Mayoritas kuantitas dan kualitas pengajuan pertanyaan anggota tim negosiator CV. Warm Up IT selama negosiasi, dinilai sangat sering dan berbobot. Dalam negosiasi selain dalam pengaturan panggung, dapat ditandai dengan citra diri dan pengaturan panggung itu sendiri. Citra diri seorang negosiator juga merupakan penilaian tersendiri.

Kata Kunci : Strategi, Negosiasi, Klien

A. Pendahuluan

Suatu perusahaan dalam menjalin kerjasama dengan publiknya tidaklah mudah. Banyak proses yang harus dilakukan, salah satunya adalah proses perundingan. Biasanya berbagai teknik dan strategi negosiasi dilakukan untuk memperlancar jalannya kerjasama. Proses perundingan atau tawar menawar tersebut dalam dunia usaha biasanya dikenal dengan istilah negosiasi.

Pada dunia bisnis negosiasi perlu dilakukan untuk mencapai keuntungan bersama, bukan menjatuhkan salah satu pihak. Dengan kata lain, negosiasi terjadi karena adanya proses interaksi dan hasil akhir yang diinginkan berupa keputusan yang sama-sama mengembangkan kedua belah pihak yang berkepentingan sama lain.

Sulitnya sebuah perusahaan menjadi pemenang dalam persaingan untuk mendapatkan klien, membuat sebuah perusahaan merasa perlu mengadakan negosiasi dengan klien itu sendiri. Terlebih dengan beragam jenis permintaan yang diminta oleh klien tidak selalu semua permintaan klien dapat terpenuhi. Dengan kata lain negosiasi sangat perlu dilakukan sebagai penunjang untuk pemerolehan klien.

Negosiasi diselenggarakan bertujuan untuk menghasilkan kesepakatan sebesar mungkin dalam keuntungan kedua belah pihak, diharapkan dengan adanya kesepakatan ini dapat menimbulkan keinginan klien untuk menjalin kerjasama dan menggunakan jasa perusahaan.

Dalam kegiatan negosiasi masing-masing pihak yang terlibat melakukan suatu proses komunikasi negosiasi yang efektif sangat tergantung dari adanya komunikasi yang efektif. Hal ini juga menuntut kemampuan atau keahlian negosiator sebagai wakil perusahaan untuk memberikan informasi dan melancarkan komunikasi yang efektif dalam sebuah negosiasi. Artinya negosiator pada satu kesempatan harus memiliki kemampuan menjadi komunikator yang baik, sehingga komunikasi memahami dan menerima informasi tersebut, mempersuasi sehingga nantinya akan tumbuh suatu keinginan untuk terikat dan melakukan kerjasama dan pada kesempatan lain negosiator harus dapat menjadi komunikasi yang baik, sehingga negosiasi akan mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak, dengan suatu hasil yang saling menguntungkan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana ancangan umum kegiatan negosiasi yang dilakukan CV. Warm Up IT dengan klien?
2. Bagaimana ancangan alternatif yang dilakukan CV. Warm Up IT dalam bernegosiasi dengan klien?
3. Bagaimana pertanyaan yang diajukan oleh CV. Warm Up IT dalam bernegosiasi dengan klien?
4. Bagaimana pengaturan panggung yang dilakukan CV. Warm Up IT dalam bernegosiasi dengan klien?

C. Kajian Pustaka

Penelitian yang peneliti angkat, temanya hampir sama dengan beberapa tema penelitian milik orang lain yang sudah selesai menjadi sebuah skripsi. Penelitian dengan tema yang sejenis tersebut di antaranya adalah sebagai berikut

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian 1

Peneliti	Derry Hernandi Universitas Islam Bandung	Argyantoro Yudha. P Universitas Islam Bandung
Judul Penelitian	Strategi Negosiasi <i>Public Relations Officer Warm Up IT</i> Dalam Mendapatkan Klien	Peranan Negosiator Dalam Penawaran Harga Mobil Dan Suku Cadang Pada PT. Astra Internasional, Tbk-TSO
Metode Penelitian	Deskriptif - Kuantitatif	Deskriptif
Teori Yang Digunakan	Tahapan Negosiasi	Tiga Tahapan Menjadi Negosiator Sukses
Persamaan :		
<ul style="list-style-type: none"> • Fokus penelitian, persamaan dari kedua penelitian ini adalah keduanya meneliti mengenai negosiasi 		
Perbedaan :		
<ul style="list-style-type: none"> • Teori, teori utama yang digunakan pada penelitian pertama menggunakan teori, Tahapan Negosiasi sedangkan penelitian kedua menggunakan teori Tiga Tahapan Menjadi Negosiator Sukses. 		

Dari hasil perbandingan penelitian yang sudah ada seperti dijelaskan dalam tabel 2.1 hasil perbandingan 1, dapat dilihat perbedaan dan persamaan dalam kedua penelitian di atas. Perbedaan pertama terletak pada teori, pada peneliti pertama menggunakan teori Tahapan Negosiasi, sedangkan pada peneliti kedua menggunakan teori Tiga Tahapan Menjadi Negosiator Sukses.

Selanjutnya adalah persamaan dari kedua penelitian dalam tabel 2.1 hasil perbandingan 1. Persamaan terletak pada fokus penelitian. Kedua peneliti sama-sama meneliti negosiasi, namun dengan objek yang berbeda, peneliti pertama meneliti strategi negosiasi pada perusahaan IT sedangkan peneliti kedua meneliti tentang peranan negosiator pada perusahaan automotif.

Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian 2

Peneliti	Derry Hernandi Universitas Islam Bandung	Very Hindartieni Universitas Islam Bandung
Judul Penelitian	Strategi Negosiasi <i>Public Relations Officer</i> Warm Up IT Dalam Mendapatkan Klien	Strategi Negosiasi Yang Dilakukan PT. Sakapatria Perkasa Dalam Pengadaan Barang
Metode Penelitian	Deskriptif-Kuantitatif	Deskriptif-Analisis
Teori Yang Digunakan	Tahapan Negosiasi	Tahapan Negosiasi
Persamaan :		
<ul style="list-style-type: none"> • Fokus penelitian, persamaan dari kedua penelitian ini adalah keduanya meneliti mengenai Strategi Negosiasi • Teori, Teori yang digunakan kedua peneliti sama, yaitu teori Tahapan Negosiasi 		
Perbedaan :		
<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian, peneliti pertama menggunakan metode Deskriptif-Kuantitatif, sedangkan peneliti kedua menggunakan pendekatan deskriptif Deskriptif-Analisis. • Objek penelitian, peneliti pertama meneliti tentang strategi negosiasi pada perusahaan IT, sedangkan peneliti kedua meneliti tentang strategi negosiasi pada perusahaan yang bergerak dalam bidang <i>mechanical-electrical supply</i>. 		

Dari hasil perbandingan penelitian yang sudah ada seperti dijelaskan dalam tabel 2.2 hasil perbandingan 2, dapat dilihat perbedaan dan persamaan dalam kedua penelitian di atas. Persamaan pertama terletak pada Fokus penelitian, pada peneliti pertama meneliti tentang strategi negosiasi, begitu juga dengan peneliti kedua. Persamaan kedua dapat dilihat dari teori yang digunakan oleh masing masing peneliti, pada peneliti pertama menggunakan teori tahapan negosiasi, begitu pula dengan peneliti kedua. Selanjutnya adalah perbedaan penelitian pada Tabel 2.2 hasil perbandingan 2. Perbedaan pertama dapat dilihat kedua peneliti menggunakan metode penelitian yang berbeda, peneliti pertama menggunakan metode deskriptif-kuantitatif, sedangkan peneliti kedua menggunakan pendekatan deskriptif-analisis, perbedaan yang kedua adalah Objek penelitian, peneliti pertama meneliti tentang Objek penelitian, peneliti pertama meneliti tentang strategi negosiasi pada perusahaan IT, sedangkan peneliti kedua meneliti tentang strategi negosiasi pada perusahaan yang bergerak dalam bidang *mechanical-electrical supply*.

Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian 3

Peneliti	Derry Hernandi Universitas Islam Bandung	Malikah Sito Resmi Universitas Islam Bandung
Judul Penelitian	Strategi Negosiasi <i>Public Relations Officer</i> Warm Up IT Dalam Mendapatkan Klien	Strategi <i>Public Relations</i> Dalam Mendukung Usaha Pemasaran Melalui Kegiatan <i>Under The Crown</i>
Metode Penelitian	Deskriptif - Kuantitatif	Deskriptif-Kuantitatif
Teori Yang	Tahapan Negosiasi	Strategi Promosi PR

Digunakan	
Persamaan :	
<ul style="list-style-type: none"> • Metode Penelitian, Metodologi yang digunakan dalam kedua penelitian ini adalah metode Deskriptif dengan data kuantitatif 	
Perbedaan :	
<ul style="list-style-type: none"> • Fokus Penelitian, penelitian pertama meneliti tentang strategi negosiasi sedangkan penelitian kedua meneliti tentang strategi <i>Public Relations</i>. • Teori, teori utama yang digunakan pada penelitian pertama menggunakan teori tahapan negosiasi, sedangkan penelitian kedua menggunakan teori promosi PR. 	

Dari hasil perbandingan penelitian yang sudah ada seperti dijelaskan dalam tabel 2.3 hasil perbandingan 3, dapat dilihat perbedaan dan persamaan dalam kedua penelitian di atas. Perbedaan pertama terletak pada Fokus penelitian, pada peneliti pertama meneliti mengenai strategi negosiasi, sedangkan pada penelitian kedua meneliti mengenai strategi *Public Relations*. Perbedaan kedua dapat dilihat dari teori yang digunakan oleh masing masing peneliti, pada peneliti pertama menggunakan teori tahapan negosiasi, sedangkan pada peneliti kedua menggunakan teori strategi promosi PR. Selanjutnya adalah persamaan penelitian pada tabel 2.2 hasil perbandingan 2. Persamaan kedua penelitian adalah kedua peneliti sama sama menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian Deskriptif-Kuantitatif.

D. Metodologi Penelitian

Dalam Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang hanya memberikan gambaran atau deskripsi tentang variabel dari sebuah fenomena yang diteliti. Analisis yang digunakan dalam metode deskriptif kuantitatif hanya menggunakan analisis deskriptif dalam bentuk tabel, dengan data frekuensi dan persentase. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dan mengklarifikasi suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan cara mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Pada suatu penelitian deskriptif, tidak menggunakan dan tidak melakukan pengujian hipotesis; berarti tidak dimaksudkan untuk membangun dengan mengembangkan perbendaharaan teori.

E. Kesimpulan

Sesuai dengan hasil penelitian di lapangan yang dilakukan penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ancangan umum merupakan persiapan untuk negosiasi yang mengarah pada suatu perencanaan yang sederhana dan spesifik. Mayoritas anggota tim negosiator CV. Warm Up IT mengatakan dalam pelaksanaan negosiasinya mereka memiliki ancangan umum atau persiapan. CV. Warm Up IT tidak menentukan sifat ancangan umum yang nantinya akan digunakan dalam negosiasinya. Hal ini ditentukan oleh anggota tim negosiasi itu sendiri, mayoritas anggota tim negosiator CV. Warm Up IT menggunakan ancangan umum bersifat lembut dan hanya sebagian anggota yang menggunakan ancangan umum bersifat keras. Banyaknya anggota tim negosiator CV. Warm Up IT yang menggunakan ancangan umum yang bersifat lembut, maka negosiasi yang dilakukan terkesan seperti mengalah atau pun mengikuti kemauan klien.

2. Ancangan alternatif merupakan perencanaan yang sengaja dipersiapkan jika ancangan umum tidak berhasil di tengah-tengah negosiasi. Dalam setiap negosiasi, anggota tim negosiator CV. Warm Up IT memikirkan kemungkinan-kemungkinan yang ada jika negosiasi gagal. Ancangan alternatif yang digunakan lebih bersifat fleksibel. Mayoritas anggota tim negosiator CV. Warm Up IT selalu menggunakan ancangan “bagaimana-kalau” sebagai *back-up* ancangan umum dan anggota tim negosiator CV. Warm Up IT juga membalas setiap rencana yang dipakai oleh lawan.
3. Sesi pengajuan pertanyaan merupakan sesuatu sesi yang selalu digunakan anggota tim negosiator CV. Warm Up IT untuk mendapatkan jawaban atau informasi yang diinginkan. Mayoritas kuantitas dan kualitas pengajuan pertanyaan anggota tim negosiator CV. Warm Up IT selama negosiasi, dinilai sangat sering dan berbobot.
4. Dalam negosiasi selain dalam pengaturan panggung, dapat ditandai dengan citra diri dan pengaturan panggung itu sendiri. Citra diri seorang negosiator juga merupakan penilaian tersendiri. Mayoritas cara berjabat tangan anggota tim negosiasi CV. Warm Up IT dengan pihak lawan sangat erat. Dan cara berpakaian anggota tim negosiasi CV. Warm Up IT yang rapi, cara bicara yang cepat. Selain itu, anggota tim negosiasi CV. Warm Up IT selalu berkonsentrasi mendengarkan negosiasi dan menyimak apa yang sedang disampaikan dalam negosiasi. Dalam negosiasinya, anggota tim negosiasi CV. Warm Up IT selalu membuat gerakan-gerakan tertentu dan menilai jumlah anggota tim negosiasi sangat berpengaruh. Bagi mereka kantor dengan pencahayaan yang sangat terang dan pengaturan meja-kursi yang tepat adalah tempat yang paling sering digunakan untuk bernegosiasi.

F. Saran

Berdasarkan dari pembahasan skripsi ini secara keseluruhan, kiranya penulis perlu memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Ancangan umum yang telah ada dalam setiap kegiatan negosiasi yang dilakukan oleh CV. Warm Up IT dalam bernegosiasi dengan klien, sebaiknya lebih diperhatikan lagi.
2. Ancangan alternatif yang sengaja dipersiapkan oleh anggota tim negosiasi CV. Warm Up IT, apabila ancangan umum tidak berhasil di tengah-tengah negosiasi lebih diperbanyak. Dengan kata lain ancangan alternatif yang digunakan sebagai *back-up* ancangan umum harus memiliki berbagai pilihan dan jalan keluar.
3. Sebaiknya dalam pengajuan pertanyaan yang dilakukan oleh anggota tim negosiator CV. Warm Up IT lebih spesifik dan mendalam. Agar mendapatkan informasi yang diinginkan.
4. Dalam pengaturan panggung dan citra diri penulis tidak memiliki saran untuk anggota tim negosiasi CV. Warm Up IT. Karena pengaturan panggung dan citra diri anggota tim negosiator CV. Warm Up IT dinilai sudah sangat baik oleh penulis.