



Penerapan Teknik Lobi Dan Negosiasi Yang Efektif Dalam Melakukan Bisnis UMKM Di Kota Medan

Suhairi¹, Rabiatur Adawiyah², Rofiqoh Hannum Rao³, Cindy Kumala Dewi⁴, Leni Lastrian Nahulae⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: suhairi@uinsu.ac.id¹, Rabiaturadawiyah417@gmail.com², rrofiqohhannum@gmail.com³, cindykumaladewi02@gmail.com⁴, Lenynahulae@gmail.com⁵

Abstract. Lobbying and negotiation techniques are a part of communication origins which play an important role in business activities. Effective lobbying and negotiation affect the smooth running of a business because it can help shape relationships and collaboration between business partners in a company and is also able to establish good communication to reach mutual agreements. The purpose of this study is to analyze techniques, tactics and introduce the Medan mayor's lobbying techniques for the advancement of MSMEs in the city of Medan, there are various ways that need to be developed in order to successfully lobby and negotiate every business activity. This research uses the library research method, which is a method that uses secondary data sources by looking for certificates through journals, books, literature, notes, and various other documents related to the problem to be solved. The results of the study stated that the success of lobbying and negotiating in a business depends on senior management and skills when lobbying and negotiating exclusive parties. Lobbying and negotiation techniques in business also require an effective communication process so as not to create understanding between the parties conducting lobbying and negotiations and need to know how to convey messages from the parties being lobbied or negotiated and position themselves properly during the negotiation process.

Keywords: Lobbying and Negotiation Techniques, Communication, Business, Umkm Medan City

Abstrak. Teknik lobi dan negosiasi adalah bagian dari asal komunikasi yang memainkan peran penting dalam kegiatan bisnis. Lobbying dan negosiasi yang efektif mempengaruhi kelancaran sebuah bisnis karena dapat membantu membentuk hubungan dan kolaborasi antar mitra bisnis dalam sebuah perusahaan dan juga mampu membentuk komunikasi yang baik untuk mencapai kesepakatan bersama. Tujuan penelitian ini bermaksud menganalisis teknik, taktik dan mengenalkan teknik lobi Walikota Medan untuk kemajuan UMKM di Kota Medan, ada banyak cara yang perlu dikembangkan agar berhasil menjalani lobi dan negosiasi pada setiap kegiatan usaha. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan, yaitu metode yang menggunakan asal data sekunder dengan mencari informasi melalui jurnal, buku, literatur, catatan, dan banyak dokumen lain yang berafiliasi dengan masalah yang akan dipecahkan. Hasil penelitian menyatakan bahwa keberhasilan lobi dan negosiasi dalam suatu bisnis tergantung pada seni manajemen dan kemampuan untuk melobi dan menegosiasikan pihak-pihak eksklusif. Teknik lobi dan negosiasi dalam bisnis juga memerlukan proses komunikasi yang efektif agar tidak terjadi kesalahpahaman antar pihak yang melakukan lobi maupun negosiasi dan perlu mengetahui penyampaian pesan dari pihak yang dilobi atau dinegosiasikan dan memposisikan diri dengan baik selama proses negosiasi.

Kata kunci: Teknik Lobi dan Negosiasi, Komunikasi, Bisnis, UMKM Kota Medan.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari tanpa kita sadari telah mengalami aktivitas transaksi jual beli dengan cara bernegosiasi seperti meminjam uang antara nasabah dengan karyawan bank, tawar menawar produk atau menurunkan harga. Tidak hanya negosiasi, ada juga kegiatan di mana seseorang mempengaruhi tujuan mereka untuk bekerja sama. Ini disebut sebagai lobi. Lobi dan negosiasi ternyata memiliki peran penting dan sangat diperlukan dalam dunia bisnis. Di kalangan masyarakat, mereka pasti sudah tidak asing lagi dengan kata bisnis. Pada saat ini bisnis masih berkembang karena banyak orang yang melakukan bisnis. Pengertian bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun organisasi dengan menjual produk atau jasa kepada konsumen untuk memperoleh pendapatan guna melengkapi kelangsungan hidup pelaku bisnis dan juga untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh masyarakat (Faradilla, 2021).

Berdasarkan isu kerisis ekonomi ini, pemerintah kota Medan yang pada saat ini di pimpin oleh Bobby Nasution, dalam (Pemerintah Kota Medan, 2022) mengambil kebijakan dalam mengatasi ekonomi global yang dibayang-bayangi resesi ekonomi tahun 2023. Dalam hal ini pemerintah kota Medan membuat kebijakan dalam upaya yang dilakukan mengantisipasinya dengan memperkuat pondasi ekonomi melalui sektor UMKM. Sebagaimana UMKM di Indonesia yang memiliki kekuatan hukum, UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 berbunyi bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang-orang-perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Koperasi secara perakteknnya bahwa koperasi sangat kental dan dekat dengan masyarakat kecil, sehingga Pemko Medan menyandingkan antara koperasi dan UMKM Medan yang pada aspek jangkauannya skala pelaku bisnis kecil dan menengah. sehingga keduanya memiliki potensi besar dalam pengaruh ekonomi nasional dalam pertumbuhan ekonomi untuk mengatasi krisis ekonomi dari berbagai gejala yang mempengaruhinya. Usaha mikro, kecil dan menengah menurut (Chandrawathani et al., 2018) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus mendapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan, dan pengembangan seluas-luasnya dalam mewujudkan keberpihakan yang tegas pada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan Badan Usaha Milik Negara.

UMKM menjadi elemen yang begitu penting dalam memajukan bangsa, karena merupakan salah satu potensi usaha yang dapat meningkatkan kualitas dan taraf hidup masyarakat. Potensi UMKM di kota Medan perlu di lihat dari perkembangan usaha kecil dan menengah atas pengaruh UMKM dalam perkembangan ekonomi dari sektor pasar untuk menjadikan ekonomi semakin berkembang. Pemerataan perekonomian bangsa Pemerintah harus lebih memfokuskan perhatiannya kepada wirausaha kecil dan menengah dalam membangun kekuatan ekonomi rakyat terlihat lebih nyata. Wirausahawan mampu menampung tenaga kerja baru dan hal ini tentu dapat meringankan pemerintah dalam menyediakan lapangan kerja dan memberikah kesejahteraan bagi rakyat dalam katagori kecil dan menengah.

Walikota Medan, Sumatera Utara, Bobby Nasution melobi Kantor Pos Medan untuk menjadi wadah bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal dalam memasarkan produknya untuk ditingkatkan. Wali Kota Medan mengetahui bahwa PT Pos Indonesia akan mengembangkan Blok Pos di sejumlah kota. dan Kota Medan dijadikan nomor satu. Kita bisa berkolaborasi," usai bertemu anak usaha PT Pos Indonesia, PT Pos Property yang dipimpin oleh Direktur Utama Handriyani Catur Setyovati, Direktur Jasa Keuangan PT Pos Indonesia Charles Sitorus. Wali Kota mengaku pihaknya telah bertemu Menteri BUMN Erick Thohir sehingga pembenahan Kantor Pos Medan diprioritaskan untuk menaikkan kelas UMKM lokal, selain revitalisasi Lapangan Merdeka dan Kesawan tahun ini. Awalnya Kantor Pos Medan akan dibenahi ulang pada akhir tahun 2022 sesuai rencana Kementerian BUMN yang sedang gencar melakukan revitalisasi, dan agar kantor pos memiliki nuansa heritage, akan disediakan ruang usaha UMKM. Ia mengatakan jika Kantor Pos Medan dikembangkan, maka akan lebih berarti bagi warga Medan, khususnya pelaku UMKM. Kantor Pos ini juga merupakan titik nol Kota Medan, sebuah cagar budaya. Alhamdulillah dijadikan yang pertama diperbaiki selama bertahun-tahun.

Hartman menyatakan bahwa negosiasi adalah proses komunikasi antara dua pihak yang memiliki masalah yang sama dan berusaha mencapai kesepakatan yang memenuhi keinginan kedua belah pihak sesuai dengan tujuan dan penilaiannya (Tazkiya et al., 2021) sedangkan orang yang bernegosiasi disebut negosiator. Negosiasi ini bertujuan untuk mencari win win solution agar semua pihak saling menguntungkan dan tidak ada pihak yang dirugikan. Melobi dan bernegosiasi, tidak hanya perusahaan yang bisa mendapatkan keuntungan tetapi negosiator juga bisa mendapatkan

keuntungan, bahkan jika negosiator sangat terampil dalam berkomunikasi saat melobi dan bernegosiasi, manfaatnya bisa lebih besar.

Melakukan teknik lobby dan negosiasi tidak bisa sembarangan dan bukan hal yang mudah. Ada rintangan tertentu saat melobi dan bernegosiasi. Oleh karena itu, Walikota Medan meminta instansi terkait untuk tidak sembarangan dalam memberikan informasi untuk mendukung perbaikan Kantor Pos Medan untuk mensejahterakan UMKM di kota Medan, Negosiasi merupakan bagian dari komunikasi. Komunikasi adalah situasi dimana seseorang yang memberikan pesan disebut komunikator dan menerima pesan yang disebut komunikan (Noer, 2018). Saat melakukan lobi dan negosiasi, masih ada beberapa kendala seperti situasi dimana perusahaan bisnis yang akan kita negosiasikan tidak berniat untuk membahas masalah yang kita sampaikan. Tidak hanya itu, ada juga kendala yang ditemukan adalah egois atau keinginan untuk memenangkan diri yang datang dari satu pihak atau pihak lain yang terlibat dan ada kecemasan berlebihan jika Anda gagal melakukan negosiasi maka Anda akan kehilangan bisnis atau bangkrut (Jatmiko, 2016). Dan karena ada juga pembicaraan yang terputus dan tidak sesuai saat bernegosiasi, ini juga merupakan tantangan. Negosiasi bisa berjalan buruk karena negosiator memberikan informasi yang mungkin tidak dibutuhkan calon klien (kotaraya, 2021).

Bisnis yang tidak berjalan dengan baik bisa saja terjadi karena rasa tidak ingin memiliki hubungan yang baik. Tentunya hal ini dapat memberikan respon yang buruk dari masyarakat sekitar terkait lobi dan negosiasi. Sehingga bisnis dianggap hanya sebagai kepentingan dalam perekonomian. Dan juga tidak ingin menjalin hubungan baik antara mitra bisnis dan pesaing bisnis ketika mereka ingin melobi dan bernegosiasi tidak dapat mencapai win-win solution (group, 2018). Jika dalam bisnis seseorang melakukan kesalahan saat kegiatan lobi dan negosiasi, maka dapat mengakibatkan kerugian bagi para pelaku bisnis. Melakukan lobbying dan negosiasi dengan mitra bisnis yang akan kita tuju sebaiknya mengasah potensi terlebih dahulu untuk melakukan lobby dan negosiasi dengan baik sehingga dapat terjalin kesepakatan bersama antar mitra bisnis. Berdasarkan penjelasan yang disajikan dalam latar belakang masalah, dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian yaitu Bagaimana menerapkan teknik lobi dan negosiasi secara efektif agar sebuah bisnis dapat berjalan dengan baik dan upaya-upaya yang perlu dikuasai untuk melakukan lobi dan negosiasi?

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif berupa Penelitian Kepustakaan. Menurut (Kasari, 2020) Studi sastra adalah studi yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai bahan di perpustakaan seperti dokumen, buku, majalah, cerita sejarah, dll. (Mardalis: 1999). Menurut (Kasari, 2020) Studi pustaka juga dapat mempelajari berbagai buku referensi dan hasil penelitian sebelumnya yang serupa yang berguna untuk memperoleh landasan teori bagi masalah yang akan diteliti (Sarwono: 2006). Studi literatur juga berarti teknik pengumpulan data dengan mengkaji buku, literatur, catatan, dan berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan (Nazir: 1988)

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Lobby

Menurut Pramono (1997) Lobby adalah kelompok penekan yang menerapkan berbagai cara untuk mengajak orang mendapatkan relasi yang bermanfaat. Konsep ini mengutamakan lobi untuk membentuk koalisi dengan organisasi – organisasi memiliki tujuan untuk bekerja sama. Ini juga digunakan untuk membentuk akses untuk mencari informasi dan berinteraksi dengan individu yang berpengaruh (frf, 2017). Lobi dapat diartikan sebagai penyatuan, penyatuan yang mengarah pada tujuan yang saling menguntungkan bagi salah satu atau kedua belah pihak. Lobi diperlukan untuk kepentingan siapa pun dan juga diperlukan untuk kepentingan organisasi. Dalam organisasi, lobi diperlukan untuk keberhasilan dalam melakukan bisnis yang direncanakan. Kegiatan organisasi dapat difasilitasi dan dapat memperoleh manfaat jika diberikan izin usaha atau paten oleh instansi pemerintah. Ini berarti lobi adalah proses menyalurkan berbagai pendapat untuk mendukung posisi organisasi bagi individu seperti pejabat dan lembaga pemerintah. Lobbying dalam bisnis adalah awal dari negotiability (Hadi, 2019). Dengan demikian, lobi bagi individu maupun organisasi berguna untuk membantu kesuksesan sebuah bisnis, seperti untuk memenangkan kontrak bisnis, memfasilitasi kebutuhan bisnis dan lain sebagainya. Sepanjang proses lobi ada kegiatan informal (tidak resmi), komunikasi pesan persuasif cenderung berkuasa. Meskipun bersifat informal, diperlukan persiapan yang baik saat

melakukan lobi dengan memberikan pendapat yang dapat dipercaya, memahami upaya apa yang akan dilakukan untuk melobi dan pihak mana yang ingin melakukan lobi dan lain-lain (Hadi, 2019).

Negosiasi

Menurut Hartman dalam Djoko Purwanto, (2006), negosiasi mengandung makna yang berbeda-beda tergantung pada pemahaman seseorang yang berkaitan dengan organisasi. Dalam bernegosiasi dari dua pihak yang memiliki kepentingan, yaitu pembeli dan penjual. Dapat diartikan juga bahwa negosiasi adalah proses keterampilan komunikasi antara dua pihak, dimana para pihak memiliki tujuan dan pemahaman masing-masing. Dan mereka berusaha mencapai kesepakatan yang dapat memenuhi keinginan kedua belah pihak tentang masalah bersama (Ati, 2015). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Nego adalah tindakan tawar-menawar dengan cara berdiskusi untuk mencapai kesepakatan bersama antara kelompok atau organisasi dengan pihak lain, menyelesaikan perselisihan melalui jalur damai dengan cara negosiasi antara pihak-pihak yang bersengketa, tawar-menawar dari diskusi untuk mendapatkan kesepakatan atau persetujuan (Hadi, 2019).

Negosiasi adalah serangkaian kegiatan untuk mempertimbangkan tawaran sampai diterima. Ini juga dapat diartikan sebagai negosiasi, yang merupakan diskusi, percakapan yang mengarah pada rencana pertemuan atau kesepakatan. Bisa juga diartikan sebagai pengobatan untuk mengatasi syarat dan ketentuan yang berlaku dalam proses tawar-menawar, jual beli, transaksi bisnis dan lain sebagainya. Jadi proses negosiasi mencakup proses tawar-menawar dalam setiap perusahaan dengan pelanggannya. Negosiasi adalah kegiatan berkomunikasi dalam suatu transaksi bisnis dengan keinginan untuk mencapai kesepakatan atau proses komunikasi dengan pihak lain untuk mencapai 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 agar dapat mencapai tujuan sesuai dengan kebutuhan komunikasi bisnis (Bimo, 2017). Keterampilan komunikasi sangat dibutuhkan di setiap perusahaan sehingga diharapkan sebuah perusahaan harus menguasai ilmu komunikasi yang baik. Komunikasi yang baik dapat memudahkan bisnis untuk mendiskusikan percakapan dengan diri mereka sendiri dan juga dengan orang-orang di sekitar. Dengan negosiasi praktik bisnis seperti keterampilan dan etika dapat mengontrol jalannya komunikasi sehingga dapat seimbang, tidak merugikan sehingga peluang terwujudnya komunikasi yang benar adalah adanya persepsi yang sama. Harapan dari sebuah bisnis adalah untuk menciptakan kesepakatan dan kerja sama, yang umumnya dijelaskan dalam surat atau dokumen bisnis seperti catatan yang berisi dari sudut pandang yang sama dan juga perjanjian untuk pembentukan kerjasama dan hubungan lainnya.

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

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

1. Dapat berpengaruh pada prinsip dan cara bertindak suatu perusahaan atau organisasi
2. Dapat menarik dan mendapatkan dukungan
3. Dapat menciptakan kesuksesan pada prasyarat kontrak dalam kegiatan bisnis
4. Dapat meringankan masalah
5. Dapatkan akses ke aktivitas mendatang
6. Memberikan informasi untuk melengkapi kebutuhan penunjang kegiatan

Beberapa perlengkapan dan perlengkapan berupa kasus atau isu dalam kegiatan lobi untuk mendukung tujuan suatu organisasi (Hadi, 2019). Peralatan diperlukan untuk melakukan kegiatan lobi yang efektif. Peralatan atau kesiapan adalah kasus yang memperkuat pencapaian tujuan organisasi. Dalam memberikan kasus dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Desain dan hak istimewa pendapat atau argumen yang dapat mendukung posisi organisasi
2. Mengasah pendapat yang berbeda dari posisi organisasi
3. Menguasai pengenalan dan pemahaman mitra bisnis yang akan terkena dampak
4. Merumuskan aturan dalam bentuk tertulis terkait dengan dukungan untuk organisasi

5. Lakukan pembicaraan lebih lanjut untuk memenangkan posisi yang menguntungkannya
6. Percakapan harus komunikatif dan lugas, mengatur volume suara dan menyiapkan kalimat yang efektif
7. Peduli dengan perilaku membantu, tatapan mata, dan bahasa tubuh
8. Sopan santun, menghormati perbedaan, dan berteman baik

Dikutip dari (Hadi, 2019) ditemukan bahwa ada pilihan target yang tepat untuk lobi.

Kosmopolit adalah pengikut organisasi yang memiliki hubungan yang sangat penting dengan perwakilan lingkungan. Kosmopolit menerapkan hubungan yang berharga seperti itu, menyebarkan informasi melalui organisasi ke lingkungan dan menyampaikan informasi juga dari lingkungan ke organisasi (umpan balik). Dari batas-batas yang ada, semua pengikut organisasi dapat melaksanakan manfaat penyeberangan perbatasan. Hubungan ini ditemukan dalam profesi hubungan masyarakat, hubungan media, periklanan, urusan SDM, dan penelitian. Kosmopolit juga ditemukan di bagian atas atau fondasi struktur organisasi.

Kedua, legislator adalah anggota dewan legislatif yang membuat undang-undang. Pelaku bisnis dan rumah tangga konsumen, produsen yang berperan dalam perekonomian dan industri bersedia melobi dengan legislator untuk memperlancar hal-hal yang berkaitan dengan undang-undang. Ketiga, ada seseorang yang memiliki pengaruh dominan di antara orang lain di setiap lokasi atau organisasi. Individu umumnya dikenal sebagai pemimpin informal atau opinion leader yang sangat berpengaruh dan dapat meyakinkan setiap anggota yang berada di lokasi.

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

1. serta memahami perasaan komunikan, mencoba memposisikan diri dalam suasana hati komunikan. Bangun situasi berbasis kesepakatan sehingga serangkaian referensi dapat dibuat. Sejak awal harus mengetahui ciri-ciri karakter dalam komunikan.
2. Adakan rapat dengan membuat kesepakatan terlebih dahulu tanpa paksaan. Persiapkan secara efektif semua yang ingin Anda kemukakan. Jika diperlukan, perlu untuk memberikan proposal atau apa pun yang dibutuhkan.
3. Memiliki sikap yang dapat dimengerti, santai, jujur dan berani.
4. Jangan gunakan pengucapan kata yang sama dalam waktu singkat karena dapat melukai perasaan komunikan. Jangan membuat komunikan berpikir bahwa mereka tidak pintar atau membuat komunikan salah memahami penyampaian kita.
5. Melihat keadaan psikis komunikan. Jika komunikan berada dalam kondisi yang tidak sehat, percakapan harus dilakukan dalam jumlah sedang.
6. Jangan mengingkari janji yang sesuai dengan kesepakatan yang dibuat.

Strategi Lobi

Strategi pertama yang bisa dilakukan adalah mengatur ekspresi wajah kita. Pandangan dari awal adalah yang paling penting karena pandangan dari awal dapat dengan cepat menempel di hati pihak lobi. Pemahaman awal dapat dipahami sebagai sikap baik, senyum murah hati, dan menerimanya dengan baik. Tunjukkan senyum manis di setiap kesempatan, sehingga saat melobi pesta bisa membangun hubungan yang baik. Kemudian menjadi pribadi yang dapat meyakinkan seseorang untuk dapat berteman dan orang lain dapat menerima untuk diajak bekerja sama yang menurutnya dapat dipercaya (Evelina, 2004). Selanjutnya dengan memiliki sifat jujur sehingga dapat dipercaya oleh pihak yang melobi. Jika Anda membuat janji, itu harus ditepati agar tidak mengecewakan orang lain. Membuat pilihan dan keputusan harus yang terbaik untuk diri sendiri agar dapat melakukannya dengan baik. Yang ketiga membuat orang kagum pada Anda. Ketika berdiskusi dengannya, mulailah berbicara tentang identitasnya, hobinya, pekerjaannya. Menciptakan komunikasi yang memukau keinginan target lobi. Anda akan membuatnya bersemangat. Keinginannya dapat diketahui melalui orang-orang terdekatnya atau mencari tahu melalui media sosial (Evelina, 2004). Keempat, berikan pujian kepadanya atas prestasinya, buat dia lebih senang berada di dekatmu sehingga dia mau bekerja sama denganmu (Evelina, 2004).

Membangun Komunikasi yang Efektif dalam Proses Negosiasi

Dalam membangun komunikasi yang efektif, Anda harus terlebih dahulu memiliki integritas, integritas adalah perilaku dan tindakan sehari-hari. Integritas mengungkapkan konsistensi antara kata-kata dan fakta. Kejujuran diperlukan dalam meningkatkan komunikasi yang baik saat bernegosiasi (Utami, 2017). Jika Anda ingin bernegosiasi, Anda harus memiliki kemampuan untuk meneliti target yang akan menerima pesan, menulis pesan, menentukan media. Cara meneliti target adalah dengan terlebih dahulu memahami 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 kepada komunikan. Penggabungan umpan balik dapat diterapkan dengan melakukan riset pasar atau riset konsumen. Keduanya dapat membantu pengusaha atau pebisnis untuk mengenali siapa konsumennya, sehingga dapat berkontribusi dalam strategi pemasaran selanjutnya. Dan juga

negosiator yang baik harus mendengarkan percakapan dengan baik karena lawan bicara kita akan langsung memahami keinginan dan keseriusan kita jika kita dapat mendengarkan percakapan orang lain dengan konsentrasi dan memperhatikan dengan seksama (Utami, 2017).

Walikota Medan Melobi dan Bernegosiasi untuk Kemajuan UMKM di Kota Medan

Bobby diarahkan untuk membuat kegiatan sebanyak-banyaknya yang memajukan Pelaku UMKM di Kota Medan." Banyak program yang telah dijalankan untuk membina UMKM. Mulai dari pelatihan, pameran hingga memasukkan produk UMKM ke marketplace dan e katalog Pemerintah Kota Medan. Acara di Jakarta ini merupakan salah satu cara untuk membuat produk UMKM Medan semakin dikenal di kancan nasional. ini semua sesuai arahan Bapak Wali dan Ibu Ketua PKK. mari kita terus dukung produk UMKM Medan.

Selain mendorong pelaku UMKM untuk menggunakan digitalisasi keuangan dalam bertransaksi, Bobby Nasution juga membuka kembali Kesawan City Walk (KCW) sebagai wadah bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan usahanya. Selain itu, juga sebagai upaya membentuk ekosistem ekonomi baru di ibukota Provinsi Sumatera Utara ini. Melakukan upgrade UMKM adalah harapan dan komitmen yang ingin diwujudkan oleh Walikota Medan Bobby Nasution. Sejumlah langkah dan upaya dilakukan oleh orang nomor satu di Pemerintah Kota Medan agar UMKM di Kota Medan semakin dikenal dan mampu menembus pasar yang lebih luas melalui produk-produk unggulan yang dihasilkan.

Walikota Medan Bobby Nasution melobi Kantor Pos Medan untuk menjadi wadah bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal untuk memasarkan produk mereka untuk ditingkatkan. Walikota Medan Bobby Nasution memeriksa lahan yang akan dibangun oleh sebuah lembaga sosial di Kecamatan Medan Untungan, Kota Medan. Bobby bernegosiasi dengan warga yang meminta agar bangunan itu tidak dibangun di lokasi yang saat ini digunakan sebagai lapangan sepak bola.

Ketika pemerintah setempat meminta agar program pembangunan panti asuhan dibangun di lokasi lain karena lokasi tersebut telah digunakan sebagai lapangan sepak bola dan Walikota Medan Bobby Nasution bernegosiasi memberikan solusi bahwa lapangan tersebut akan dipindahkan tidak jauh dari lokasi. Nantinya, fasilitas lapangan akan dibuat cantik oleh rombongannya

Tujuan Negosiasi (Hadi, 2019)

Negosiasi memiliki tujuan untuk mendapatkan keputusan bersama tentang suatu masalah yang sedang dinegosiasikan. Dengan demikian ada beberapa tujuan negosiasi lainnya, yaitu:

1. Bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan ketidaksepakatan karena perbedaan persepsi selama proses negosiasi
2. Untuk mendapatkan kesepakatan dan kunci jawaban untuk berbagai hal yang dinegosiasikan
3. Untuk menghindari hal-hal negatif yang dapat muncul dari proses negosiasi seperti oposisi atau penolakan karena tidak setuju dengan pendapat pihak lain karena masing-masing pihak memiliki rasa memperjuangkan pendapatnya.
4. Bertujuan untuk menyatukan pendapat yang berbeda di antara pihak-pihak yang ada

Hal-hal yang perlu diperhatikan sejak awal sebelum bernegosiasi

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

1. Kita perlu menemukan penjelasan faktual dan akurat tentang suatu masalah. Alangkah baiknya jika kita tidak mengabaikan suatu masalah yang ternyata tidak sesuai dengan kenyataan karena untuk negosiasi akan menunjukkan kepastian persepsi secara utuh.
2. Untuk bernegosiasi, kita harus memastikan bahwa kita telah memilih pihak yang sesuai dengan keinginan kita untuk berdiskusi. Kemudian kita dapat memeriksa sifat dan perilaku pihak yang bernegosiasi agar dapat memilih jenis komunikasi yang perlu dikuasai untuk bernegosiasi dengan pihak yang akan dinegosiasikan.
3. Pada waktu tertentu, situasi posisi atau posisi yang berbeda dapat menciptakan konflik ketika satu pihak menunjukkan otoritas atas yang lain. Maka kita harus memperhatikan dan memahami kewenangan negosiator dan juga pihak yang bernegosiasi.
4. Dampak kerugian Kita harus memilih untuk menyerah dan tidak memperluas konflik jika ada harapan karena kekalahan dapat menciptakan citra buruk organisasi, menghambat potensi kita untuk menjadi pemimpin, dan dapat menghancurkan hubungan yang sudah baik.

5. Jika kita bisa memenangkan negosiasi, semoga tidak membuat mitra bisnis kita tidak percaya atau tidak menerima kemenangan kita. Bahkan jika kita menang, mungkin ada keretakan antara pihak lain karena kecemburuan dari mitra bisnis. Mungkin pilihan terbaik untuk menghindari keretakan adalah tidak melanjutkan negosiasi dan mengalah.

Teknik Negosiasi

Menurut (Astuti et al., 2015) Teknik negosiasi adalah cara bagi individu dan kelompok untuk menyelesaikan konflik atau proses kesepakatan bersama atau untuk memenangkan persaingan bisnis.

1. **Membuat Agenda**
Teknik ini berfungsi untuk menentukan waktu bagi pihak-pihak yang bertikai agar berbagai konflik yang ada dapat diselesaikan dengan rapi. Dan juga berfungsi untuk mengundang pihak-pihak yang berkonflik untuk mencapai kesepakatan.
2. **Menggertak**
Teknik ini digunakan oleh negosiator untuk menyesatkan lawan bicara mereka dengan memalsukan pernyataan dan membuat ilustrasi yang tidak sesuai dengan fakta.
3. **Membuat Tenggat Waktu**
Teknik ini digunakan jika salah satu pihak konseling ingin mempersingkat waktu untuk menyelesaikan diskusi dengan memberikan lawan batas waktu untuk cepat mengambil keputusan.
4. **Orang Baik Orang Jahat**
Taktik ini digunakan dengan membuat pelaku "jahat" dan "baik" kepada salah satu pihak. Pelaku "jahat" digunakan untuk memaksa lawan agar pemahamannya selalu ditolak oleh lawan, maka pelaku "baik" ini adalah pihak yang dihargai lawan; Pendapat yang disampaikan dapat menetralkan pendapat pelaku "jahat" sehingga dapat diterima oleh lawan negosiasinya.
5. **Seni Konsesi**
Teknik ini dilakukan dengan sering memohon hak izin dari lawan bicara berdasarkan semua permintaan lawan bicara yang akan dipatuhi.
6. **Intimidasi:** Teknik ini dapat digunakan jika salah satu pihak menakut-nakuti lawan negosiasi untuk menerima tawarannya dan juga memperkuat dampak yang akan diterima jika dia menolak tawarannya.

Strategi efektif dalam melakukan negosiasi

Strategi yang efektif dapat menghasilkan hasil yang memuaskan. Strategi negosiasi terdiri dari empat negosiator, yaitu:

1. **Win-Win Strategi** ini dipilih jika pihak-pihak yang bersengketa menginginkan penyelesaian masalah menguntungkan kedua belah pihak. Strategi ini dapat dipilih jika perselisihan di masing-masing pihak berharap penyelesaian masalah dapat menguntungkan kedua belah pihak. Menyatukan solusi dari pihak-pihak yang berkonflik untuk menemukan alternatif yang disepakati bersama dan memenuhi harapan kedua belah pihak (Utami, 2017)
2. **Menang-Kalah Strategi** ini dipilih karena pihak-pihak yang bertikai ingin mendapatkan hasil resolusi konflik secara penuh. Dengan strategi ini, pihak-pihak yang berkonflik yang memiliki kekuatan untuk mencapai hasil konflik dan menjatuhkan lawannya menjadi saling bersaing (Utami, 2017).
3. Strategi ini biasanya digunakan untuk ketidakberhasilan memilih strategi yang "tepat" dalam bernegosiasi. Sehingga harapan pihak-pihak yang bertikai tidak terwujud (Hadi, 2019).
4. Strategi ini dipilih ketika salah satu pihak mengalah untuk mendapatkan keuntungan dari kekalahan pihak lain (Hadi, 2019).

Bagaimana menjadi negosiator yang kompeten Menurut (Tazkiya et al., 2021) untuk menjadi negosiator yang kompeten, ada beberapa cara dan sikap khusus yang diperlukan untuk mencapai kesepakatan selama negosiasi, antara lain:

1. **Tidak mudah menyerah** Dalam proses negosiasi, tentu menghabiskan waktu, tenaga, dan pikiran. Hal ini membuat negosiator harus memiliki ketahanan mental dan fisik. Negosiator tidak boleh mudah berkecil hati dan juga negosiasi dapat dilakukan dengan lancar dengan menetapkan waktu ketika memberikan kesempatan untuk berbicara dengan pihak-pihak yang berpartisipasi dalam negosiasi.
2. **Memiliki pengetahuan yang mendalam dan cerdas** Dengan pengetahuan atau pengetahuan yang lebih luas, tentu akan memudahkan seorang negosiator untuk mendapatkan solusi dari suatu konflik dan mampu mengambil keputusan yang tepat.

3. Memiliki sikap positif dengan sikap positif dapat membuat negosiasi memiliki dampak positif juga. Negosiator tidak jauh dari yang namanya hubungan sosial dengan siapa pun, sehingga mereka harus bisa memiliki pandangan positif.
4. Seorang negosiator diharapkan peduli dengan konflik yang dialami kliennya. Dengan peduli pada klien, Klien akan merasa senang karena seseorang penuh perhatian dan memahami kondisinya. Dan ini bisa membuat respon yang baik dari klien.
5. Bersabar dengan kesabaran dapat memprediksi peluang di mana akan ada kejadian yang tidak diinginkan. Penting untuk mengendalikan emosi jika ada ketegangan dalam suatu hubungan dengan siapa pun.
6. Inisiatif, Solutif dan Kreatif Negosiator diharapkan kreatif, solutif dan inisiatif karena ketiga hal ini dapat membuat negosiator mampu meneliti segala permasalahan yang ada sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat karena sikap ini sangat berkaitan dengan potensi dalam menyelesaikan masalah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan diatas mengenai berbagai langkah, metode, dan teknik lobbying dan negosiasi dalam bisnis, penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam suatu kegiatan bisnis, teknik lobbying berguna untuk kelancaran bisnis karena lobi dapat mencapai kontrak bisnis, memudahkan pelaksanaan bisnis, bisa mendapatkan akses kegiatan bisnis dan lain sebagainya. Lobi bersifat informal namun tetap harus mempersiapkan diri dengan membuat argumen, dan memahami pola pikir partai yang akan dilobi. Dalam proses lobbying diperlukan komunikasi yang efektif dan komunikatif agar pihak lobby dapat memahami tujuan pembicaraan kita. Lobbying dapat berjalan efektif dengan memperhatikan situasi yang akan terjadi, memilih tujuan atau target lobby yang tepat, dan menguasai strategi yang efektif agar dapat membentuk kerjasama (membangun hubungan baik dengan mitra bisnis hingga bisa mendapatkan kesepakatan bersama dengan negosiasi).

Cara Walikota Medan Bobby Nasution melobi Kantor Pos Medan untuk menjadi wadah bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal dalam memasarkan produknya untuk ditingkatkan. Walikota Medan Bobby Nasution bernegosiasi dengan warga Tuntungan yang meminta untuk tidak membangun gedung di lokasi yang saat ini digunakan sebagai lapangan sepak bola.

Berikan solusi bahwa lapangan akan dipindahkan tidak jauh dari lokasi. Nantinya, fasilitas lapangan akan dibuat cantik oleh rombongannya.

Agar berhasil bernegosiasi dalam bisnis, selama proses negosiasi kita harus mendengarkan setiap diskusi dengan seksama, membuat penampilan kita terlihat sopan dan rapi, mengontrol bahasa tubuh kita seperti tatapan mata dan postur tubuh yang tidak gelisah. Dan juga sebelumnya kita telah berlatih dan menguasai kemampuan dalam teknik negosiasi yang efektif, strategi yang tepat dengan meyakinkan diri kita sendiri sehingga kita siap untuk bernegosiasi dengan mitra bisnis, mitra, dan pihak lain karena kita telah dipersiapkan dengan baik untuk bernegosiasi. Seperti yang telah dibahas sejak awal bahwa tujuan negosiasi adalah untuk memperoleh kesepakatan bersama antara kedua belah pihak atau disebut juga win-win. Oleh karena itu, untuk dapat mencapai kesepakatan bersama, perlu adanya hubungan yang kuat antara kedua belah pihak yang bernegosiasi dalam bisnis. Bekerja sama satu sama lain dengan mencari solusi bersama dalam diskusi, dan usahakan agar seseorang yang bisa menerima argumen, tidak boleh egois. Komunikasi yang efektif juga mempengaruhi keberhasilan negosiasi dalam bisnis karena dengan pola komunikasi yang baik dan dapat menghormati perbedaan pendapat, percakapan antara pihak-pihak yang bernegosiasi dapat saling memahami pesan yang disampaikan dan dapat memahami tujuan yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Sinta Indi, Septo Pawelas Arso, dan Putri Asmita Wigati. (2015). " Analisis Standar Pelayanan Minimal pada Instalasi Rawat Jalan di RS Kota Semarang 3(1):103–11.
- Ati, Aster Pujaning. (2015). "Keterampilan Berbicara dalam Negosiasi." *Jurnal Buisness dan Ekonomi Terapan* 1(3):200–212.
- Bimo. (2017). 15 Definisi Komunikasi Bisnis Menurut Para Ahli. Diperoleh dari pakar komunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-bisnis-menurut-para-ahli>
- Chandrawathani, P., Tariq, J., Saira, Banu M. R., Norasyikin, A., Rohana, A. B., Ms, Faizah Hanim, Zulkifli, A., Santhi, M., & Marzuki, Z. (2018). Short Communication Zoonotic Diseases Diagnosed From Jan 2016 To Aug 2017 In Regional Veterinary Laboratories, Department Of Veterinary Services, Malaysia. *Malays. J. Vet. Res*, 9, 115–121.
- Evelina, Lidia. (2004). "Pentingnya keterampilan komunikasi dalam lobi dan negosiasi." *Jurnal Komunikologi* 1(2):50–58.
- Faradilla, R. (2021). IDNTIMES. Diambil dari Bisnis: Pengertian, Fungsi dan Tujuan : <https://www.idntimes.com/business/finance/rinda-faradilla/apa-itu-bisnis/6>
- FRF. (2017). Pengertian Karakteristik Lobbying dan Lobi. Diambil dari pengertian dan artikel : <http://pengertiandanartikel.blogspot.com/2017/03/pengertian-lobbying-dan-karakteristik.html>
- Kelompok, P. (2018). Memahami lobi dan negosiasi. Diambil dari surabaya.proxsisgroup.com: <https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-lobi-dan-negosiasi/>
- Hadi, Hamdi. (2019). Catatan Praktis Tentang Lobi & Negotiable Untuk Bisnis. Media Indigo.
- Jatmiko, BP (2016). Antisipasi 10 tantangan dalam negosiasi. Diperoleh dari 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
- Kotaraya, M. A. (2021). 5 Penyebab Gagalnya Negosiasi yang Sering Luput dari Perhatian. Diambil dari abckotaraya.id: <https://abckotaraya.id/5-penyebab-negosiasi-gagal-yang-sering-tak-disadari/>
- Kasari, Oktavia. (2020). "Pertumbuhan dan Perkembangan: Kajian Teori dan Pembelajaran Jurnal PAUD PGPAUD FKIP Universitas Sriwijaya." *Pertumbuhan dan Perkembangan: Kajian Teori dan Pembelajaran PAUD Jurnal PG PAUD FKIP Universitas Sriwijaya* 7(November):97–105. DOI: 10.36706/dtk.
- Noer, M. (2018). Kegagalan negosiasi = kegagalan komunikasi. Diambil dari presenta.co.id: <https://presenta.co.id/artikel/kegagalan-negosiasi-komunikasi/>
- Sovia Rosalin, SD (2020). Komunikasi Bisnis: Pendekatan Praktis. UB Press. Syafnidawaty. (2020). DATA SEKUNDER. Diambil dari raharja: <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>
- Tazkiya, Aulia, Mico Aldiansyah, Gina Sonia, dan Hendri Sopian Saparingga. (2021). "Mencapai Keberhasilan Negosiasi Bisnis Melalui Keterampilan Komunikasi." *Jurnal Ilmu Sosial* 1(5):345–58.
- Utami, Faiqotul Isma Dwi. (2017). "Efektivitas Komunikasi Negosiasi dalam Bisnis." *Komunike* ix(2):105–22.