



ANALISIS NEGOSIASI BISNIS PERUSAHAAN *TRADING* DENGAN PENGEPUK KOPI TORAJA (Studi Pada PT. Danapati Prakasa Sentosa)

Khotrun Nada Rouddah^{1*}, Cecep Safaatul Barkah², Nurillah Jamil Achmawati Novel³

^{1,2,3}Universitas Padjajaran

ABSTRACT

This research has a title, namely Analysis of Trading Company Business Negotiations with Toraja Coffee Collector (Study at PT. Danapati Prakasa Sentosa). Aims to analyze business negotiations that occur between trading companies, namely PT. Danapati Prakasa Sentosa with Toraja Coffee Collector. The research method used is descriptive analytical research method with a qualitative approach. The results of the study were found that PT. Danapati Prakasa Sentosa and Toraja Coffee Collector agree to share profits or mutually benefit. In the discussion, the stages of the negotiation process carried out between PT. Danapati Prakasa Sentosa and Toraja Coffee Collectors, namely planning, preparation, information gathering, information use, bidding process and the last is bidding closing. In addition, the chosen negotiation strategy is an integrative strategy type, with the understanding that they are both oriented to gain mutual benefits.

Keywords: negotiation, limited liability company, coffee collector

I. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dan komunikasi dengan manusia lainnya. Interaksi dan komunikasi tersebut dapat menimbulkan pertukaran informasi yang dibutuhkan untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia di kehidupannya. Dalam interaksi dan komunikasi antar manusia, seringkali terdapat ketidaksepahaman pendapat sehingga terjadi kesulitan menemukan kesepakatan yang bermanfaat bagi semua pihak. Maka dari itu baik disadari maupun tidak, setiap orang pasti pernah melakukan proses negosiasi. Menurut Dawson (2004), Negosiasi merupakan proses berunding antara dua pihak atau lebih untuk mencapai kemenangan bersama. Proses negosiasi

seringkali dilakukan antara satu orang dengan lainnya, dengan keluarga, dengan partner bisnis mengenai perjanjian bisnis, transaksi, dan lain sebagainya.

Negosiasi bisnis dilakukan oleh banyak pebisnis, baik usaha kecil, menengah, hingga besar seperti Perseroan Terbatas (PT). Perseroan terbatas (PT) merupakan persekutuan untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham. Dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, dijelaskan bahwa "Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dengan saham dan memenuhi persyaratan yang



ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya.” Keberadaan PT juga melalui proses yang benar dan sah sesuai dengan peraturan yang berlaku. Wajib memenuhi syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan untuk mendirikan sebuah PT yang berbentuk badan hukum.

Salah satu contoh badan hukum Perseroan Terbatas ialah PT. Danapati Prakasa Sentosa. PT. Danapati Prakasa Sentosa merupakan PT yang terletak di Jakarta dan berdiri pada tahun 2016. Perusahaan tersebut bergerak di bidang export dan import, general trading, dan ICT (Information & Communication Technology). Pelayanan yang diberikan oleh PT. DPS seperti membangun arus komersial, produk impor dan ekspor, dan mengatur & mengelola proyek domestik dengan mitra. Memiliki keunggulan yaitu networking yang profesional dan terintegrasi dengan baik dapat mengembangkan kebutuhan industri. Beberapa komoditas yang dilakukan ekspor yaitu kopi, rempah/herbal, biomassa, umbi-umbian, sayuran dan biji-bijian. Untuk impor, komoditasnya yaitu kosmetik, fashion, hari&body care, skincare dan houseware. Selain itu, PT. DPS menyediakan layanan local trading dengan komoditas rempah/herbal, olahan kelapa, teh, kopi, umbi-umbian, buah, hasil laut, makanan jadi dan barang siap pakai.

PT. DPS menjadi market leader dalam komoditas unggul di Indonesia maupun luar negeri, salah satu komoditas unggul Indonesia yang masuk ke dalam trading lokal PT. DPS yaitu komoditas kopi. Kopi yang diambil berasal dari Toraja, termasuk specialty coffee dari Indonesia. Selain tempat dan atraksi wisata, kopi merupakan salah satu alasan orang-orang untuk datang ke Toraja (Alam, 2006). Sebagian besar petani Toraja menggantungkan hidupnya dari komoditas kopi. Kopi-kopi yang sudah dikumpulkan oleh petani akan dijual kepada pengepul kopi,

kemudian didistribusikan ke konsumen yang membeli dari pengepul kopi tersebut.

Peran PT. DPS dalam trading lokal dengan pengepul kopi yaitu sebagai pemberi dana pengepul kopi untuk mengumpulkan kopi-kopi dari petani. Dikarenakan PT. DPS berkontribusi dengan cara memberikan dana ke pengepul kopi, maka PT. DPS mendapatkan beberapa produk kopi yang telah dikumpulkan oleh pengepul kopi, yang kemudian selanjutnya akan didistribusikan ke beberapa perusahaan kopi sebagai supply bahan baku perusahaan kopi tersebut. Dalam kesepakatan tersebut, didapatkan negosiasi yang terjadi di dalamnya. Fokus kajian pada artikel ini yaitu bagaimana analisis negosiasi yang terjadi antara perusahaan PT. Danapati Prakasa Sentosa dengan Pengepul Kopi Toraja untuk mendapatkan kesepakatan bersama.

II. TELAAH PUSTAKA Komunikasi dan Negosiasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan mencapai kesepahaman bersama. Menurut Brown (dalam Lussier, 2008), komunikasi merupakan proses pengiriman informasi mengenai pendapat-pendapat atau pemikiran dengan seseorang ke orang lain dalam dirinya sendiri dengan tujuan untuk menciptakan pemahaman pada orang lain yang menerima komunikasi tersebut.

Sedangkan, negosiasi merupakan suatu kegiatan yang terencana tentang apa yang harus dicapai, bagaimana, dan dengan apa yang harus dikorbankan untuk mencapai suatu kata sepakat. Sesuai dengan Sukmawati et al (2013), negosiasi bisa dikatakan sebagai bentuk interaksi sosial dengan tujuan untuk mencapai suatu kesepakatan yang saling

menguntungkan, mengingat dalam proses negosiasi pihak -pihak yang terlibat berusaha untuk sama-sama menyelesaikan masalah yang berbeda dan bertentangan.

Menurut Parmitasari (2019), negosiasi merupakan perundingan diantara para pihak yang melakukan proses tawar menawar. Terdapat pihak yang melakukan penawaran (offer) kepada pihak lain, dan akan ada penerimaan (accept) dari pihak yang lainnya. Parmitasari (2019) menambahkan, proses tawar menawar juga merupakan salah satu kegiatan dari komunikasi. Pada konteks proses komunikasi, seorang negosiator memiliki peran sebagai komunikator yang mengawali proses terjadinya komunikasi dalam negosiasi. Maka dari itu, sebagai komunikator, negosiator harus memahami kliennya yang di pihak lain berperan sebagai komunikan.

Negosiasi Bisnis

Negosiasi bisnis adalah suatu hal yang tidak dapat dihindari dalam dunia bisnis. Sesuai dengan pernyataan dalam Peterson (2010), bahwa Wroe Alderson, tokoh pemasaran yang menjadikan negosiasi sebagai salah satu proses bisnis. Negosiasi bisnis menurut Ulinuha (2013), merupakan satu bentuk proses komunikasi dalam suatu transaksi bisnis dengan tujuan untuk mencapai suatu kesepakatan. Negosiasi bisnis merupakan rangkaian dari proses komunikasi yang tertstruktur dan direncanakan, di mana dua orang/lebih dan dengan tujuan yang berbeda-beda melakukan tukar informasi dan kepentingan untuk mendapatkan hasil yang menguntungkan semua pihak yang bertujuan

untuk mempertahankan dan memperbaiki standar hidup mereka. Dengan adanya proses negosiasi bisnis, masing-masing pihak dapat berinteraksi untuk menyelaraskan keinginannya.

Tahapan dalam Proses Negosiasi

Menurut Hayes (2003), tahapan negosiasi dibagi menjadi tiga proses, yaitu perencanaan, persiapan, dan tahap negosiasi.

1. Perencanaan

Sebuah perencanaan dapat memberi kontribusi inti terhadap hasil sebuah negosiasi.

2. Persiapan

Pada proses ini negosiator berusaha mengenal pihak lain. Seorang negosiator harus mengamati, memantau dan bahkan meneliti lawan negosiator, dengan cara berupaya untuk mencari tahu informasi tentang lawan negosiator untuk mengetahui capaian minimal pihak lawan.

3. Pengumpulan dan penggunaan informasi

Negosiator mempelajari hal yang perlu diketahui tentang penyelesaian dan kemungkinan yang akan terjadi apabila gagal dalam mencapai kesepakatan bersama. Kemudian negosiator membangun posisi yang mereka inginkan untuk mencapai penyelesaian yang diinginkan, dalam penggunaan informasi.

4. Bidding

Merupakan proses mengambil Langkah posisi awal, yaitu dilakukan proses penawaran awal menuju proses penawaran tengah.

5. Menutup *bidding*



Tujuannya yaitu untuk membangun komitmen terhadap persetujuan yang telah dicapai.

6. Menerapkan kesepakatan

Masing-masing pihak menentukan siapa yang harus melakukan dan apa saja isi kesepakatan tersebut.

Strategi Negosiasi

Strategi dibutuhkan agar proses negosiasi berjalan dengan lancar. Strategi merupakan keseluruhan rencana tindakan yang digunakan pada suatu negosiasi (Maddux, 2001). Apabila diterapkan pada negosiasi, strategi merupakan seluruh rencana untuk mencapai tujuan dalam negosiasi. Maddux (200) menambahkan penjelasan mengenai tipe-tipe strategi negosiasi: (a) Distributif (menang-kalah), yaitu menciptakan pol akita-mereka, di mana pihak yang bersangkutan mencari keuntungannya sendiri; (b) Integratif (menang-menang), menekankan adanya solusi yang sama-sama menguntungkan; (c) Akomodatif, dapat menimbulkan pola menyerah secara terus menerus. Negosiator fokus memperhitungkan bahwa hubungan lebih penting daripada hasil.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Menurut Riduwan (2010), penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memecahkan masalah dengan cara menampilkan atau menggambarkan apa adanya hasil dari penelitian yang diteliti. Lebih dijelaskan

menurut Siregar (2013), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel lainnya. Penelitian deskriptif dirancang untuk mengumpulkan data dan menggambarkan karakteristik suatu objek, peristiwa, dan situasi yang menjadi fokus penelitian yang diteliti.

Sedangkan penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Menurut Moleong (2011), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan atau mendeskripsikan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan metode yang ada.

Sumber Data

Data Primer, merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari informan. Dalam penelitian ini yang termasuk ke dalam data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan narasumber berdasarkan hasil wawancara. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh melalui sumber yang telah ada. Data sekunder yang diperoleh penulis meliputi studi Pustaka seperti buku, jurnal, dokumen terkait negosiasi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut: (1)

Wawancara, yaitu proses mendapatkan keterangan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan informan yang berkaitan langsung dengan objek penelitian. Pada metode wawancara, penulis melakukan wawancara langsung kepada narasumber yang melakukan negosiasi; (2) Studi Pustaka, yaitu proses dalam mencari berbagai literatur atau studi yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan (Martono, 2011).

Pemilihan Informan

Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, namun yang ada yaitu istilah kata informan yang nantinya akan diwawancarai secara mendalam oleh peneliti. Wawancara berkaitan dengan fenomena yang diteliti dan dibahas dalam penelitian ini. Informan dalam penelitian kualitatif menggunakan Teknik purposive sampling, yaitu cara penentuan informan yang ditentukan secara sengaja atas dasar kriteria dan pertimbangan tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Informan pada penelitian ini merupakan Fadhilia Ariefantika, salah satu manajer export dan import pada PT. Danapati Prakasa Sentosa.

Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data yang diperoleh berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori. Data dapat dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, rekaman) yang biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan, tetapi

analisis data kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bentuk analisis. Menurut Sugiyono (2013), Teknik analisis data dibagi menjadi empat tahap yaitu koleksi/pengumpulan data, reduksi data, display data (penyajian data), dan kesimpulan/verifikasi. Tahap analisis data kualitatif yang digunakan menurut Miles et al (2014) yaitu:

1. Reduksi data

Penyederhanaan, penggolongan, dan pengorganisasian data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan focus pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian data

Kegiatan pada saat sekumpulan informasi disusun sehingga memberikan kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif, matriks, grafik, bagan dan jaringan.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Tahap akhir dalam teknik analisis data kualitatif berupa hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penulis mewawancarai Manajer export dan import dari PT. Danapati Prakasa Sentosa yang bernama Fadhilia Ariefantika mengenai proses negosiasi yang terjadi pada



perusahaan PT. DPS. Negosiasi dilakukan dengan Pengepul Kopi Toraja untuk mendapatkan hasil yaitu PT. DPS mendapatkan produk kopi setelah mendanai pengepul tersebut untuk mengumpulkan kopi dari para petani.

Pengepul kopi memberikan syarat, kepada PT. DPS, yaitu pada saat mendapatkan produk kopi, PT. DPS tidak diperbolehkan menjual produknya ke buyer pengepul kopi tersebut. Sedangkan PT. DPS bersedia memenuhi syarat tersebut apabila dana dapat diberikan setelah pengepul kopi tersebut telah memiliki produk kopi yang siap diberikan kepada PT. DPS.

Pembahasan

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat dibahas beberapa poin:

1. Tahapan dalam Proses Negosiasi PT. DPS dan Pengepul Kopi Toraja

- a. Pada perencanaan, PT. DPS dan Pengepul Kopi Toraja telah melihat inti dari hasil sebuah negosiasi.
- b. Pada persiapan, satu sama lain telah mempersiapkan untuk mengenal masing-masing pihak, yang nantinya akan digunakan untuk mengetahui capaian minimal pihak lawan.
- c. Pada pengumpulan dan penggunaan informasi, masing-masing telah mempelajari hal yang perlu diketahui tentang penyelesaian dan kemungkinan yang akan terjadi apabila gagal dalam mencapai kesepakatan bersama.
- d. Pada bidding, dilakukan proses penawaran awal yaitu PT. DPS akan memberikan dana kepada pengepul kopi apabila pengepul kopi bersedia untuk memberikan produknya, setelah itu penawaran tengahnya yaitu Pengepul Kopi Toraja akan memberikan produknya apabila PT. DPS tidak menjualnya kepada buyer pengepul kopi.

- e. Pada menutup bidding, dilakukan kesepakatan yang berujung kepada bagi hasil (sama-sama untung). PT. DPS bersedia mendanai dan menjual produknya hanya ke perusahaan yang membutuhkan bahan baku kopi, sedangkan pengepul kopi mendapatkan dana untuk mengumpulkan produk dari petani kopi dan tetap menjual ke buyer langganannya. Hal tersebut dapat memperkuat komitmen terhadap persetujuan yang telah dicapai.

2. Strategi Negosiasi PT. DPS dan Pengepul Kopi Toraja

Strategi negosiasi pada PT. Danapati Prakasa Sentosa dan Pengepul Kopi Toraja yaitu sama-sama berorientasi untuk mendapatkan keuntungan bersama. Tipe strategi negosiasi menurut Maddux (2001) pada PT. DPS dan Pengepul Kopi Toraja yaitu strategi integratif, dengan taktik:

- a. Penjabaran masing-masing kepentingan yang bernegosiasi dengan menggunakan pertanyaan terbuka.
- b. Menyimak untuk memahami pihak lain.
- c. Menentukan opsi yang dapat disetujui/tidak disetujui untuk kepentingan bersama.

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini menjelaskan mengenai negosiasi yang telah terjadi antara PT. Danapati Praka Sentosa dengan Pengepul Kopi Toraja. Negosiasi merupakan proses berunding antara dua pihak atau lebih untuk mencapai kesepakatan bersama. Negosiasi bisnis yang dilakukan dalam hal ini yaitu untuk saling mendapatkan keuntungan bersama. Terdapat tahapan dalam proses negosiasinya, yaitu dalam perencanaan, persiapan, pengumpulan informasi, penggunaan informasi, proses bidding dan yang terakhir yaitu penutupan bidding. Strategi bisnis dibagi menjadi 3 tipe, yaitu

strategi distributive, integratif dan akomodasi. Hasil dari negosiasi PT. DPS dan pengepul kopi didapatkan yaitu PT. DPS mendapatkan produk kopi setelah mendanai pengepul tersebut untuk mengumpulkan kopi dari para petani, sedangkan pengepul kopi memberikan syarat kepada PT. DPS, yaitu pada saat mendapatkan produk kopi, PT. DPS tidak diperbolehkan menjual produknya ke

buyer pengepul kopi tersebut. PT. DPS bersedia memenuhi syarat tersebut apabila dana dapat diberikan setelah pengepul kopi tersebut telah memiliki produk kopi yang siap diberikan kepada PT. DPS. Strategi negosiasi yang terjadi yaitu strategi integratif, dengan menekankan adanya solusi yang sama-sama menguntungkan.

VI. REFERENSI

- Alam, Syamsu. 2006. *Kelayakan Pengembangan Kopi Sebagai Komoditas Unggulan di Provinsi Sulawesi Selatan*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Dawson, Roger. 2004. *Secrets of Power Negotiating: Rahasia Sukses Seorang Negosiator Ulung*. Terj. C. Louis Noviatno. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hayes, S. C., Masuda, A., & De Mey, H. 2003. *Acceptance and Commitment Therapy and the third wave of behavior therapy*. *Dutch Journal Of Psychotherapy: (In Press)*.
- Lussier, Robert N. 2008. *Human Relations in Organization*. Boston.
- Maddux, Robert B. 2001. *Team Building: Terampil Membangun Tim Handal (Edisi Kedua)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Miles, M.B., Huberman, A.M., Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook. Edition 3*. USA: Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, Ni Made Rai., I. Made Budiassa. 2013. *Negosiasi dan Kontrak Dagang dalam Perdagangan Internasional "Export" di Fa*. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 3 No. 1.
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ulinuha, Zulfa. 2013. *Strategi Negosiasi Bisnis Jack Advertising dengan Klien (Studi pada Klien Jack Advertising: Sampoerna, LG, dan Primarasa Food)*. Skripsi. Malang: FISIP Universitas Brawijaya.