

ANALISIS NEGOSIASI BISNIS TERHADAP PERUSAHAAN INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN

Adi Neka Fatyandri¹, Julia Christini², Novi Sandra³, Felicia Clarissa⁴, Tina⁵, Weni Vivianti⁶

Universitas Internasional Batam

E-mail: adi.neka@uib.edu¹, 2041269.julia@uib.edu², 2041240.novi@uib.edu³,
2041140.felicia@uib.edu⁴, 2041224.tina@uib.edu⁵, 2041150.weni@uib.edu⁶

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui negosiasi bisnis industry makan dan minuman di Indonesia. Negosiasi merupakan prosesterjadi diantara dua belah pihak atau lebih serta memiliki pemikiran berbeda dan akhirnya akan mencapai sebuah kesepakatan. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan makan dan minum terdapat diIndonesia. Metode ini menggunakan penelitian kualitatif yang menghasilkan data yang sekunder menggunakan metode pengumpulan data dari studi Pustaka dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini memiliki hasil negosiasi bisnis dilakukan untuk memenuhi tujuan masing – masing pihak yaitu mendapatkan keuntungan. Saran yang berikan adalah lebih memperhatikan dengan siapa akan bernegosiasi dan dengan siapa akan berkonflik sehingga indusri makanan dan minuman di Indonesia dapat lebih maju serta diperlukan penelitian lebih mendalam dalam menganalisis proses negosiasi dan manajemen konflik ada industry makanan dan minuman di Indonesia.

Kata Kunci: Negosiasi Bisnis, Konflik, Industri

Abstract

The purpose of this study is to find out the negotiation business of the food and beverage industry in Indonesia. Negotiation is a process that occurs between two or more parties who have different thoughts and will eventually reach an agreement. The samples in this study are food and beverage companies in Indonesia. This method uses qualitative research which produces secondary data using data collection methods from literature studies with a qualitative approach. This research has the results of business negotiations carried out to fulfill the goals of each party, namely to get profit. The advice given is to pay more attention to who will negotiate and with whom there will be conflicts so that the food and beverage industry in Indonesia can be more advanced and more in-depth research is needed in analyzing the process of negotiation and conflict management in the food and beverage industry in Indonesia.

Keywords: Business Negotiation , Conflict, Industry

A. PENDAHULUAN

Makanan merupakan kebutuhan pokok yang sangat penting bagi makhluk hidup. Apabila kebutuhan pokok tersebut tidak dipenuhi maka akan mengganggu kelangsungan makhluk hidup tersebut. Perusahaan di setiap Negara bergerak di industri dapat berkembang dengan pesat, salah satunya di Indonesia. Berdasarkan data kementerian perindustrian republik Indonesia, Industri makanan dan minuman penting penunjang bagi kinerja industri selain migas. Triwulan I tahun 2022, industry tersebut memberikan kontribusi 37,77% dari PDB industri yaitu pengolahan nonmigas. Dirjen Agro juga mengemukakan bahwa industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan 3,75% lebih tinggi dibandingkan mencapai 2,45% (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2022).

Cambridge Advanced Learner's Dictionary mengatakan negosiasi adalah proses mendiskusikan sesuatu seseorang tujuan mencapai kesepakatan. Negosiasi tersebut dapat diartikan sebagai suatu proses dimana mitra diajak dan diajak bekerjasama dengan tujuan mencapai suatu kesepakatan yang ada. Negosiasi sebuah bentuk interaksi sosial menggunakan metode diskusi formal untuk mencapai suatu kesepakatan. Dalam proses interaksi dan komunikasi, juga bisa terdapat kesalahpahaman pendapat yang menyulitkan untuk menemukan kesepakatan yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang ada (Pratama et al., 2015).

Dalam berbagai industri termasuk industri makanan dan minuman terdapat negosiasi bisnis yang dilakukan oleh banyak pengusaha, baik usaha kecil, menengah hingga besar seperti perseroan terbatas. Menurut Ulinuha (2013), Negosiasi bisnis merupakan serangkaian proses komunikasi terencana dimana dua orang atau lebih memiliki tujuan dan minat yang berbeda berkomunikasi dengan satu sama lain dan membuat keputusan tentang semua hal dengan tujuan meningkatkan dan mempertahankan standar hidup mereka. Mencapai hasil yang menguntungkan pemangku kepentingan. Peluang memungkinkan para pihak untuk berinteraksi atau berkomunikasi untuk mencapai kesepakatan yang diinginkan.

Dalam negosiasi bisnis, kita tidak memperlakukan pihak mana yang menang maupun kalah, melainkan hubungan yang saling menguntungkan sehingga tujuan yang kita ingin dapat tercapai. Untuk dapat tercapainya tujuan tersebut, yang harus dilakukan

adalah mengembangkan terlebih dahulu keterampilan negosiasi. Misalnya saat dalam proses diskusi soal harga, tawaran yang diberikan pertama kali selalu tidak sesuai dengan yang diinginkan (SIRCLO, 2022). Tetapi, jika kita tetap berkomitmen untuk bernegosiasi, kemungkinan kita akan dapat keuntungan dalam transaksi bisnis tersebut. Strategi dalam negosiasi bisnis yang efektif untuk tercapainya kesepakatan adalah diperlukan pemahaman tentang apa yang diinginkan kita serta partner kerja. Kemudian ,mencari hasil atau solusi hasil menguntungkan kedua belah pihak(*win-win solution*). Jika terjadi dimana kedua belah pihak tetap berpegang teguh dengan penawaran masing-masing maka kesepakatan tidak dapat tercapai. Maka, dari kedua belah pihak mencari alternatif lain yang memuaskan kedua belah pihak agar kesepakatan bisa terjalin.

Tujuan dilakukannya penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana konsep negosiasi bisnis pada perusahaan di industri makanan dan minuman. Manfaat dilakukannya penelitian ini dimaksudkan agar dapat memahami tentang negosiasi dan negosiasi bisnis, serta agar dapat memahami negosiasi bisnis terhadap perusahaan di industri

B. METODE PENELITIAN

Peneliti mempelajari kondisi alam sebagai sarana utama mereka. Salah satu jenis penelitian deskriptifnya adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data penelitian tersebut menggunakan metode pengumpulan data survey kepustakaan. Menurut Creswell (2007), studi kasus merupakan studi yang menggambarkan satu atau lebih kasus secara rinci, komprehensif mencakup berbagai aspek, dan mengumpulkan data rinci menggunakan berbagai sumber informasi, Analisis data kualitatif adalah data yang diperoleh dalam kumpulan kata bukan angka dan tidak bisa diklasifikasikan. Analisis data kualitatif kata-kata yang ditempatkan teks diperluas tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistik sebagai analisis. Menurut Sugiyono (2013), teknik tersebut memiliki empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian ,penyimpulan.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan kembali lagi bagaimana cara melakukan negosiasi bisnis perusahaan yang benar di Indonesia terutama dalam industri makanan dan minuman :

1. Membuat Perjanjian ataupun kesepakatan, Orang Indonesia lebih santai dalam hal waktu dibandingkan dengan kebanyakan negara Barat. Bagi orang asing, efisiensi dan kecepatan sangat penting dalam berbisnis. Meskipun saat-saat kritis di Indonesia, penundaan atau bahkan pembatalan yang kadang terjadi dapat ditoleransi jika masuk akal, seperti kemacetan lalu lintas yang tidak terduga, cuaca buruk, dll. Pengakuan adalah segalanya, dan perusahaan harus memastikan bahwa mitra bisnis baru mereka dikenal dengan baik. Jika Anda tidak dapat menghadiri rapat tepat waktu, cobalah untuk segera memberitahu, atau sebaiknya beberapa hari sebelumnya. Jadi, selalu lakukan perjanjian dan kabarkan jika pertemuan tidak akan berjalan seperti yang direncanakan.
2. Suasana Pertemuan, Titik pertemuan dengan mitra bisnis di Indonesia harus dipilih dengan cermat sesuai dengan jumlah peserta dan jenis pertemuan, formal atau informal. Perusahaan besar memiliki fasilitas konferensi dan ruang konferensi, sehingga negosiasi bisnis dapat dilakukan di gedung perkantoran. Negosiasi bisnis juga biasa dilakukan di ruang pertemuan yang mudah diakses di hotel dan gedung perkantoran.
3. Proses Negosiasi, Karena fleksibelnya agenda pertemuan dan pertemuan di Indonesia, maka proses negosiasi dengan mitra bisnisnya berjalan harmonis, sopan, lambat dan hal-hal penting dibicarakan langsung. Ini mungkin cukup merepotkan dan tidak produktif bagi orang asing yang tidak terbiasa dengan budaya bisnis Indonesia. Namun, sifat orang Indonesia ini adalah cara untuk menunjukkan kepada orang asing bahwa kerja sama jangka panjang membutuhkan waktu dan mungkin memerlukan beberapa pertemuan. Kesabaran adalah kuncinya dan jika Anda memiliki cukup kesabaran untuk menunggu, perusahaan sedang dalam perjalanan menuju kesuksesan.
4. Ketidaksetujuan dan Ketidakjelasan, seperti yang selalu kami katakan, orang Indonesia ramah, sopan, dan rukun dalam situasi apa pun. Ini juga berlaku untuk pertemuan bisnis. Mitra bisnis Indonesia tidak langsung mengatakan 'tidak' ketika

mereka tidak setuju dengan proposal perusahaan. Sebaliknya, mereka tetap diam atau mengajukan pertanyaan dan beralih ke topik berikutnya. Hal yang sama berlaku jika Anda mengatakan "ya" pada proposal perusahaan. Bukan berarti mereka setuju, jadi jangan bingung dan disamakan dengan kemunafikan. Antara lain, perusahaan dapat memastikan bahwa jawaban "ya" benar dengan mengajukan pertanyaan segera setelah memeriksa beberapa kali (Cekindo, 2020).

D. SIMPULAN

Hasil dari Penelitian ini tentang bagaimana negosiasi konflik terjadi di Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. Negosiasi merupakan satu cara untuk berunding dengan 2 pihak atau lebih demi suatu tujuan bersama. Negosiasi dalam penelitian ini dilakukan untuk memenuhi tujuan masing – masing pihak yaitu mendapatkan keuntungan. Proses negosiasi yang telah dilakukan melalui beberapa tahap yaitu pertama perencanaan dan persiapan, kedua menentukan aturan, ketiga penjelasan, keempat tawar-menawar penyelesaian masalah, terakhir penutupan implementasi. Terdapat 5 faktor utama dalam bernegosiasi yaitu, para pihak yang terlibat, hubungan antar perusahaan, komunikasi antar perusahaan, opsi realitas dan klaim yang sah. Di Indonesia sendiri terdapat langkah-langkah untuk melakukan negosiasi bisnis yang benar yaitu membuat perjanjian, suasana pertemuan yang baik, proses negosiasi dan ketidaksetujuan serta ketidakjelasan.

Saran yang dapat kami berikan kepada industry makanan dan minuman di Indonesia adalah lebih memperhatikan dengan siapa akan bernegosiasi dan dengan siapa akan berkonflik sehingga industri makanan dan minuman di Indonesia dapat lebih maju serta diperlukan penelitian lebih mendalam dalam menganalisis proses negosiasi dan manajemen konflik ada industry makanan dan minuman di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2015). *Pengantar Bisnis*.
- Cekindo. (2020). *Negosiasi Bisnis di Indonesia: Bagaimana Cara Melakukannya dengan Benar*. Cekindo.
- Gulbro, R. D., & Herbig, P. (1998). *Negotiating successfully in cross-cultural situations*.

ACADEMIA, 265–273.

Jackman, A. (2004). *How to Negotiate: Teknik Sukses Bernegosiasi*.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*. Kemenperin.Go.Id.

Kurniasih, W. (2021). *Pengertian Negosiasi: Tujuan, Tahap dan Jenis-jenisnya*. Gramedia Blog.

lancar.id. (2022). *Trik & Strategi Negosiasi Bisnis Agar Deal*. Lancar.Id.

Pratama, I., Musadieg, M. Al, & Prasetya, A. (2015). PERLUNYA PEMAHAMAN LINTAS BUDAYA DALAM PROSES NEGOSIASI BISNIS (Studi Pada PT. Pratama Jaya Perkasa). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(1), 10.

SIRCLO. (2022). *Strategi Negosiasi Bisnis yang Ampuh untuk Capai Kesepakatan*. SIRCLO.

Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasional*.

Sukardi, P., & Sari, E. T. (2008). *Bisnis internasional: sebuah perspektif kewirausahaan*.

Ulinuha, Z. (2013). *Strategi Negosiasi Bisnis Jack Advertising dengan Klien (Studi pada Klien Jack Advertising: Sampoerna, LG, dan Primarasa Food)*.

ACADEMIA. Wibowo, L. A. (2008). *MELAKUKAN NEGOSIASI*.