

Nama : Fanesha Salfa Mega Aulia

NIM : 20240530037

Kelas : A

TUGAS

1. Tiga (3) strategi dari strategi negosiasi awal disertai dengan contohnya

Tahap negosiasi awal merupakan fase pembukaan yang sangat menentukan arah dan keberhasilan negosiasi selanjutnya. Pada tahap ini, para pihak mulai saling mengenal, membangun komunikasi, serta menciptakan suasana yang kondusif sebelum memasuki pembahasan inti.

a. Strategi Membangun Hubungan (Building Rapport)

Membangun hubungan atau *rapport* merupakan strategi penting dalam tahap awal negosiasi. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan suasana yang nyaman, saling percaya, dan mengurangi potensi konflik sejak awal pertemuan. Hubungan yang baik akan mempermudah komunikasi dan meningkatkan peluang tercapainya kesepakatan.

Dalam praktiknya, membangun rapport dapat dilakukan melalui komunikasi informal, sikap ramah, penggunaan bahasa yang sopan, serta menunjukkan ketertarikan terhadap lawan negosiasi. Strategi ini sangat penting karena negosiasi bukan hanya tentang kepentingan, tetapi juga tentang hubungan jangka panjang antar pihak.

Contoh:

Dalam negosiasi kerja sama antara perusahaan dan vendor, perwakilan perusahaan memulai pertemuan dengan memperkenalkan diri, menyampaikan apresiasi atas kehadiran vendor, serta membahas pengalaman kerja sama sebelumnya. Hal ini menciptakan suasana positif sebelum pembahasan kontrak dimulai.

b. Strategi Penetapan Agenda dan Aturan Main

Strategi ini dilakukan dengan menetapkan alur negosiasi, topik yang akan dibahas, durasi pertemuan, serta tata cara komunikasi selama proses negosiasi berlangsung. Tujuannya adalah agar negosiasi berjalan terarah, efisien, dan tidak melebar ke hal-hal yang tidak relevan.

Dengan adanya kesepakatan awal mengenai aturan main, setiap pihak memiliki pemahaman yang sama mengenai proses negosiasi, sehingga dapat mengurangi kesalahpahaman dan konflik di kemudian hari.

Contoh:

Dalam rapat negosiasi proyek, kedua pihak sepakat bahwa pembahasan akan dimulai dari ruang lingkup pekerjaan, dilanjutkan dengan anggaran, dan diakhiri dengan jadwal pelaksanaan. Mereka juga menyepakati bahwa setiap pihak diberi waktu yang sama untuk menyampaikan pendapat.

c. Strategi Penawaran Awal (Anchoring Strategy)

Anchoring merupakan strategi memberikan penawaran pertama yang bertujuan untuk membentuk persepsi dan ekspektasi lawan negosiasi. Penawaran awal ini akan menjadi titik acuan dalam proses tawar-menawar selanjutnya.

Strategi ini penting karena pihak yang memberikan penawaran pertama seringkali kali memiliki pengaruh lebih besar terhadap hasil akhir negosiasi. Namun, penawaran awal harus tetap rasional agar tidak menimbulkan resistensi dari pihak lawan.

Contoh:

Dalam negosiasi harga properti, penjual membuka harga di atas harga pasar dengan pertimbangan masih adanya ruang untuk negosiasi. Harga awal ini kemudian menjadi acuan dalam proses tawar-menawar hingga tercapai kesepakatan.

2. Empat (4) strategi dari strategi negosiasi tengah disertai dengan contohnya

Tahap negosiasi tengah merupakan inti dari keseluruhan proses negosiasi. Pada tahap ini terjadi pertukaran kepentingan, tawar-menawar, serta upaya mencari titik temu antara keinginan masing-masing pihak.

a. Strategi Penawaran dan Kontra Penawaran

Strategi ini melibatkan proses saling mengajukan penawaran dan kontra penawaran hingga tercapai kesepakatan. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memperoleh hasil terbaik tanpa mengorbankan hubungan dengan pihak lain.

Negosiator yang baik akan mengajukan penawaran secara bertahap dan disertai alasan yang logis agar dapat diterima oleh pihak lawan.

Contoh:

Pihak A mengajukan anggaran proyek sebesar Rp120 juta, kemudian pihak B memberikan kontra penawaran sebesar Rp100 juta. Setelah beberapa kali diskusi, kedua pihak akhirnya sepakat pada angka Rp110 juta.

b. Strategi BATNA (Best Alternative to a Negotiated Agreement)

BATNA merupakan strategi penting untuk memperkuat posisi tawar dalam negosiasi. Dengan mengetahui alternatif terbaik jika negosiasi gagal, pihak negosiator tidak akan mudah tertekan atau menerima kesepakatan yang merugikan.

Strategi ini membantu negosiator untuk menentukan batas minimum yang dapat diterima dalam negosiasi.

Contoh:

Seorang pencari kerja mengetahui bahwa ia memiliki tawaran kerja dari perusahaan lain. Dengan demikian, ia tidak menerima penawaran gaji yang terlalu rendah karena memiliki alternatif yang lebih baik.

c. Strategi Fokus pada Kepentingan (Interest-Based Negotiation)

Strategi ini menekankan pada pemahaman kepentingan dasar masing-masing pihak, bukan hanya pada posisi atau tuntutan awal. Dengan memahami kepentingan tersebut, negosiator dapat menemukan solusi kreatif yang menguntungkan kedua belah pihak.

Strategi ini sangat efektif untuk menciptakan kesepakatan *win-win*.

Contoh:

Seorang karyawan meminta kenaikan gaji, sementara perusahaan kesulitan secara finansial. Solusi yang dicapai adalah pemberian bonus berbasis kinerja dan kesempatan pelatihan sebagai bentuk kompensasi.

d. Strategi Konsesi Bertahap (Concession Strategy)

Konsesi adalah pengorbanan yang diberikan secara bertahap untuk mendekatkan kesepakatan. Strategi ini dilakukan dengan prinsip saling tukar, yaitu setiap konsesi yang diberikan harus diikuti dengan konsesi dari pihak lawan.

Strategi ini menunjukkan itikad baik tanpa mengorbankan kepentingan utama.

Contoh:

Dalam negosiasi sewa, pemilik gedung memberikan potongan harga dengan syarat penyewa memperpanjang masa kontrak.

3. Tiga (3) strategi dari strategi negosiasi akhir disertai dengan contohnya

Tahap akhir merupakan fase penutupan yang menentukan keberhasilan negosiasi. Pada tahap ini, kesepakatan difinalisasi dan dituangkan dalam bentuk yang jelas.

a. Strategi Perangkum Kesepakatan

Strategi ini dilakukan dengan merangkum seluruh poin yang telah disepakati untuk memastikan tidak ada kesalahpahaman. Perangkum kesepakatan berfungsi sebagai konfirmasi akhir sebelum kesepakatan disahkan.

Contoh:

Ketua rapat membacakan kembali hasil negosiasi, mencakup harga, jadwal, dan tanggung jawab masing-masing pihak.

b. Strategi Finalisasi dan Legalisasi Kesepakatan

Strategi ini memastikan kesepakatan dituangkan dalam bentuk tertulis dan memiliki kekuatan hukum. Dokumen tertulis penting sebagai bukti resmi dan acuan pelaksanaan.

Contoh:

Setelah kesepakatan lisan, kedua pihak menandatangani kontrak kerja sama.

c. Strategi Tindak Lanjut (Follow-Up Strategy)

Strategi tindak lanjut bertujuan memastikan bahwa kesepakatan yang telah dicapai dapat dilaksanakan dengan baik. Hal ini mencakup penjadwalan evaluasi dan komunikasi lanjutan.

Contoh:

Perusahaan dan mitra sepakat melakukan evaluasi proyek setiap tiga bulan.

DAFTAR REFERENSI

- Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. New York: Penguin Books.
- Gani, A. K. (2015). *Teknik Negosiasi: Seni Memenangkan Negosiasi*. Jakarta: PPM Manajemen.
- Lewicki, R. J., Saunders, D. M., & Barry, B. (2015). *Negotiation* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Purwanto, D. (2011). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Thompson, L. L. (2015). *The Mind and Heart of the Negotiator*. Global Edition. Harlow:
Pearson Education Limited.