

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perusahaan yang ada Indonesia kini telah mengalami kemajuan yang begitu signifikan, terbukti dengan meningkatnya kebutuhan sehari-hari yang diperlukan oleh masyarakat seperti sandang dan pangan. Salah satu contoh perusahaan yang mengalami kemajuan pesat sampai saat ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan. Bisnis perusahaan jasa dan pelayanan merupakan suatu aktifitas dalam memberikan pelayanan secara langsung kepada customer dalam bermacam-macam bentuk pelayanannya.<sup>1</sup>

Berbicara sejarah mengenai perkembangan penerbit-percetakan buku yang ada di Indonesia tak lepas dari pengaruh kekuasaan Pemerintah Belanda yang menyimpan kepentingan politik penguasa. Penerbit Balai Pustaka pustaka lebih berfokus kepada penerbitan sastra-sastra yang sejalan dengan kebijakan kolonialisme pemerintah Belanda. Bisa dibilang bahwa hadirnya penerbit-percetakan di Indonesia bermula dari kedatangan Belanda di Indonesia pada tahun 1596.<sup>2</sup>

Indonesia memiliki banyak perusahaan yang bergerak di macam-macam bidang/jasa yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia.<sup>3</sup> Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang penerbit/percetakan buku. Perusahaan di dunia yang bergerak di bidang jasa/pelayanan seperti percetakan buku saat ini sedang berada dalam masa transisi dari buku cetak ke buku digital.

Sebelum era digital seperti sekarang, dulu jika ingin membaca buku itu harus ke toko buku atau penerbit percetakan buku baru bisa mendapatkan apa yang ingin kita baca. Di era digital informasi yang semakin maju dan berkembang ini orang-orang bisa dengan mudah mencari dan membaca buku hanya dengan melihat di

---

<sup>1</sup> <http://mgt.unida.gontor.ac.id/bagaimanakah-dinamika-bisnis-jasa-di-indonesia/> diakses pada tanggal 20 Juli 2021

<sup>2</sup> Verleden, Vol. 1, No.1 Desember 2012: 1 - 109

<sup>3</sup> <https://www.idx.co.id/> diakses pada tanggal 20 Juli 2021

internet saja. Itulah kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang pesat seperti saat ini.

Semakin berkembangnya zaman, penerbit-percetakan semakin mendapat persaingan yang begitu ketat dari media online. Di era serba mudah seperti sekarang ini, orang jadi semakin malas untuk membaca media cetak karena adanya internet. Dengan satu kali jentikan jari sudah dapat membaca berita-berita online hanya dari gadget masing-masing. Maka dari itu faktor lobi dan negosiasi disini bisa begitu krusial dalam hal ini untuk menarik customer.

Menurut AB Susanto dalam Redi Panuju (2010 ; 18): Melobi pada dasarnya merupakan usaha yang dilaksanakan untuk mempengaruhi pihak-pihak yang menjadi sasaran agar terbentuk sudut pandang positif terhadap topik pelobi, dengan demikian diharapkan memberikan dampak positif bagi pencapaian tujuan. Kegiatan melobi bisa jadi sama pentingnya dengan pengembangan kompetensi profesional.<sup>4</sup>

Konteks dalam melakukan lobi negosiasi tentu berbeda-beda dalam setiap perusahaan yang ada. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan akan menggunakan strategi lobi dan negosiasi untuk menarik minat pelanggan. Dalam menjalin hubungan/relasi yang berkepanjangan strategi lobi negosiasi cocok digunakan karena bisa menimbulkan efek kepercayaan dan kenyamanan. Maka dari itu lobi negosiasi dengan benar harus dilaksanakan perusahaan untuk menjaga suatu hubungan secara berkepanjangan.

Visi misi perusahaan perlu dijalankan agar perusahaan bisa berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Ini menjadi penting karena jika keluar dari jalur visi misi perusahaan nanti akan mengakibatkan masalah-masalah besar yang bisa dihadapi karena tidak berjalan sesuai dengan rencana awal. Untuk meminimalisir kejadian tersebut maka perusahaan membuat standard agar para pegawai mampu mengimplementasikannya dengan baik. Semua bergantung kepada setiap sumber daya manusia yang dimiliki, maka dari itu bagaimana perusahaan melakukan treatment yang baik terhadap setiap pegawainya itu penting.

---

<sup>4</sup> Panuju, Redi. (2010). *Jago Lobi dan Negosiasi Trik Jurus Cerdas Lobi dan Negosiasi*. Yogyakarta: Interprebook

Tentu dalam melakukan visi misi yang sudah dibuat membutuhkan strategi lobby negosiasi untuk menjalin relasi yang berkepanjangan agar perusahaan ini bisa tetap eksis dan berguna bagi bangsa dan negara. Relasi ini penting sekali, itu akan membuka setiap *networking* yang ada dan akan mempermudah menarik pelanggan masing-masing. Peran perusahaan disini harus totalitas guna melakukan proses lobby dan negosiasi, karena dengan lobby negosiasi yang benar akan membuat perusahaan mendapatkan keuntungan baik profit maupun non profit.

Lobby negosiasi adalah salah satu cara perusahaan untuk berunding dengan tujuan profit maupun non profit. Maka dari itu setiap perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang mumpuni dalam bidang ini. Skill ini terlihat mudah, tapi jika tidak mengerti elemen-elemen yang diperlukan dalam melakukan lobi negosiasi justru itu akan membuat hasil tidak maksimal dan akan cenderung gagal.

Jadi lobi negosiasi itu sangat penting, apalagi disaat terjadi *deadlock*. Elemen terpenting lobi negosiasi akan selalu dipakai dimanapun dan kapanpun. Tak melulu dalam mencari profit, dalam melakukan hubungan pertemanan pun terkadang kita memakai strategi lobi dan negosiasi tersebut.

Relasi adalah hal yang tidak kalah penting untuk menjalankan suatu bisnis apalagi bisnis yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan. Tidak semua orang bisa menjalin relasi dengan mudah, justru menjalin relasi itu sulit. Maka dari itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan pelayanan membutuhkan orang yang expert dalam hal ini. Semua orang bisa berkomunikasi, tapi tidak semua orang bisa menjalin relasi yang baik dan bisa berkepanjangan.

Menjalin relasi dan melakukan lobi negosiasi terdengar sangat mudah untuk dilakukan, akan tetapi pada praktiknya ini adalah hal yang sulit untuk dilakukan. Hal ini bisa dibilang sangat krusial sekali bagi organisasi profit maupun non profit. Sangat menarik untuk mengangkat isu relasi dan lobi negosiasi dalam sebuah perusahaan. Karena ini adalah rahasia besar setiap perusahaan dalam mengarungi dunia bisnis dan tetap bisa eksis.

Mengingat lobi, negosiasi, dan menjalin relasi adalah hal yang penting dan hal yang harus dilakukan bagi perusahaan yang bergerak pada bidang jasa dan

pelayanan, maka dari itu elemen ini harus tetap di asah dan dikembangkan. Karena suatu revolusi sangat dibutuhkan untuk membuahkan inovasi-inovasi baru dalam setiap seni yang ada, contohnya seni dalam melakukan lobi negosiasi dan menjalin suatu hubungan berkepanjangan. Ini adalah seni yang terdengar mudah tapi sukar untuk dilakukan, karena dalam tuntutan zaman kita harus tetap melakukan pembaharuan dalam teknik ini.

Adanya inovasi harus selalu ada untuk memberi warna baru dalam setiap hal dilakukan perusahaan. Konteks lobi, negosiasi, dan menjalin suatu relasi itu luas, maka dari itu perlu menghadirkan pembaharuan dalam melakukan teknik ini agar perusahaan bisa bekerjasama dalam jangka waktu yang panjang. Teknik ini adalah seni dalam hal menarik minat pelanggan, seni jika hanya monoton akan terlihat membosankan. Perusahaan harus fokus dengan sumber daya yang ada guna melakukan inovasi baru terhadap teknik melobi dan menjalin suatu hubungan agar tidak terlihat monoton.

Kuncinya adalah konsisten melakukan perubahan, jangan mau berada di zona nyaman. Kita terbiasa melakukan segala sesuatu yang menyenangkan kita, itu yang disebut zona nyaman. Melakukan perubahan-perubahan kecil dengan konsisten akan menambah warna dalam melakukan teknik lobi, negosiasi, dan menjalin suatu hubungan. Karena akan selalu ada hal-hal baru diluar sana yang menarik minat kita untuk melakukan hal yang lebih besar daripada kemarin.

Penerbit-Percetakan Pohon Cahaya dipilih sebagai objek penelitian tak lepas karena persaingan media yang begitu ketat saat ini seperti hadirnya era digitalisasi yang apa-apa serba online, akan tetapi penerbit-percetakan Pohon Cahaya ini tetap bisa eksis ditengah hadirnya *e-book* dan mencatatkan beberapa prestasi.<sup>5</sup> Pohon Cahaya juga termasuk bisa dibilang konsisten dari perjalanan awal karir pada tahun 2009 hingga sekarang 2021 yang notabene tahun 2020-2021 adalah masa-masa sulit pandemi covid-19. Tidak banyak perusahaan yang bisa *survive* di masa pandemi

---

<sup>5</sup> <https://www.pohoncahaya.com/> website resmi diakses pada tanggal 20 Juli 2021

covid-19<sup>6</sup>, ini menjadi salah satu alasan juga peneliti menjadikan PT Penerbit-Pohon Cahaya sebagai objek penelitian

## **1.2. Fokus Penelitian**

Bagaimana Strategi Lobi dan Negosiasi PT Penerbit – Percetakan Pohon Cahaya dalam Menjalinkan Relasi dengan Stakeholder?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Peneliti kemudian menentukan tujuan penelitian yang didasarkan pada latar belakang masalah serta rumusan masalah yang sudah dijabarkan.

Tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menjelaskan strategi lobi dan negosiasi yang dilakukan PT Penerbit-Percetakan Pohon Cahaya
- b. Untuk mengetahui dan menjelaskan cara PT Penerbit-Percetakan Pohon Cahaya dalam menjalin relasi dengan stakeholder

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian sendiri harapannya adalah sebagai dampak atau hasil yang dihasilkan dari tujuan-tujuan yang sudah dijabarkan diatas.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat akademis
  - 1) Penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi bagi pengembangan wawasan penelitian Ilmu Komunikasi tentang Lobi dan Negosiasi PT Penerbit-Percetakan Pohon Cahaya dalam menjalin relasi dengan Stakeholder.
  - 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi kajian komunikasi tentang bagaimana strategi lobi dan negosiasi PT Penerbit-Percetakan Pohon Cahaya dalam menjalin relasi dengan Stakeholder.

---

<sup>6</sup> <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210326144212-4-233127/sad-30-juta-umkm-gulung-tikar-karena-corona>

## b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemahaman baru baik bagi peneliti maupun khalayak sehingga bisa mengetahui proses terjadinya lobi negosiasi dalam membangun sebuah relasi dengan stakeholder dan bisa juga nantinya dijadikan sebagai referensi para praktisi untuk melakukan strategi lobi dan negosiasi agar bisa menjalin relasi berkepanjangan terhadap stakeholder terkait.

### **1.5. Metodologi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait rumusan masalah tentang bagaimana strategi lobi negosiasi yang dilakukan PT Penerbit-Percetakan Pohon Cahaya dalam menjalin relasi dengan stakeholder, menggunakan metode penelitian kualitatif.

Metode adalah sebuah cara atau strategi dalam melakukan segala sesuatu hal dengan lebih baik dan mudah. Secara umum metode penelitian bisa diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Maleong menjelaskan bahwa, metode kualitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam kontak sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam, antara sang peneliti dengan fenomena yang sedang diteliti.<sup>7</sup>

Dalam melakukan penelitian kualitatif peneliti menjelaskan terjadinya suatu fenomena atas dasar kerangka teoritik yang tersusun selama penelitian berlangsung. Dengan demikian peneliti tidak berkeharusan sesuai dengan teori yang terdapat dari berbagai sumber yang telah dibangun sebelumnya, karena teori itu bisa saja tidak sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan.

Penemuan teori merupakan tujuan dalam penelitian kualitatif. Setelah muncul kategori yang berkaitan maka peneliti perlu melihat kembali literatur teknis untuk melihat apa yang sesungguhnya dikatakan oleh peneliti sebelumnya tentang

---

<sup>7</sup> Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika

kategori tersebut. Kegunaan literatur sendiri dapat merangsang kepekaan peneliti dalam memahami konsep dan hubungan yang ada pada data.

Dalam melakukan penelitian kualitatif ada 3 tahap utama yang harus dilakukan yakni<sup>8</sup>:

- a. Tahap deskripsi atau tahap orientasi. Pada tahap ini peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan. Peneliti baru mengumpulkan data sepiantas yang diperolehnya
- b. Tahap reduksi. Pada tahap ini peneliti mereduksi segala informasi yang diperoleh pada tahap pertama untuk memfokuskan pada masalah tertentu
- c. Tahap seleksi. Pada tahap ini peneliti menguraikan fokus yang telah ditetapkan menjadi lebih rinci, lalu melakukan analisis yang lebih mendalam tentang apa yang menjadi fokus masalah. Hasilnya adalah tema yang sudah dikonstruksi berdasarkan data yang diperoleh menjadi suatu pengetahuan, hipotesis, bahkan bisa menjadi teori yang baru.

Terdapat sub yang menjadi bagian dari metode penelitian yang peneliti lakukan yakni:

### **1.5.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan analisis secara mendalam. Peneliti melakukan observasi secara langsung ke lapangan dan mendalami fenomena apa yang terjadi pada objek penelitian. Dengan melakukan metode seperti ini peneliti dapat fokus dengan apa yang diamati dan terjadi di lapangan, yang memungkinkan peneliti dapat secara riil mengungkapkan kejadian sebenarnya yang terjadi di lapangan

### **1.5.2. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah Direktur Utama beserta tim PT penerbit-percetakan Pohon Cahaya bagian Marketing dengan ditambah dari salah satu *stakeholder* yang pernah bekerja sama dengan PT Pohon Cahaya yakni percetakan Alyska

---

<sup>8</sup> Sugiyono. (2012) Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.

Rekamedia . Dalam proses mengumpulkan data-data peneliti memakai beberapa informan yang merupakan bagian dari tim Marketing dan segala yang berkaitan dengan tim ini yang mana tim ini lebih concern terhadap fokus penelitian. Lokasi penelitian akan dilakukan di Kantor PT Penerbit-Percetakan Pohon Cahaya Yogyakarta yang mana tempat ini adalah kantor untuk melakukan segala kegiatan yang berkaitan dan fokus pada penelitian ini.

## **1.6. Teknik Pengumpulan Data**

Pada umumnya data dalam penelitian kualitatif dapat dikumpulkan melalui wawancara, pengamatan, dan dokumentasi. Fokus pengumpulan data yakni sebagai berikut<sup>9</sup>:

### **a. Data primer**

Dalam mengumpulkan data ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung maupun tidak langsung guna mencari informasi-informasi pendukung penelitian ini. Wawancara secara online dan offline dilakukan peneliti kepada Direktur Utama serta Tim Marketing PT Penerbit-Pohon Cahaya ataupun tim yang terkait didalamnya terkait dengan apa saja yang menjadi fokus penelitian. Melakukan wawancara secara mendalam atau *in depth interview* secara tatap muka langsung dengan Sasongko Iswandar dan tim marketing yang terkait juga untuk menggali data lebih dalam dan mendukung penggalan data yang juga dilakukan secara *online*. Penggalan data secara *online* dan *offline* dilakukan agar bisa mendapat informasi sejelas-jelasnya dan bisa menjadi informasi yang dapat dipertanggungjawabkan oleh tim wawancara terkait.

### **b. Data sekunder**

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi untuk melihat fenomena yang terjadi secara langsung baik online maupun offline. Peneliti melakukan identifikasi juga melalui website dan sosial media yang dimiliki oleh PT Penerbit-Percetakan Pohon Cahaya agar bisa mendapatkan sumber-sumber online yang menjadi penunjang penelitian.

---

<sup>9</sup> Nugrahani, Farida. (2014) *Metode Penelitian Dalam Penelitian Bahasa*. Surakarta

## 1.7. Teknik Analisis Data

Analisis data sudah mulai dilakukan pada saat proses pengumpulan data berlangsung dilapangan. Analisis dilakukan secara terus-menerus oleh peneliti hingga peneliti dapat menarik simpulan akhir. Jika dalam proses tersebut menghasilkan simpulan yang ragu-ragu, peneliti dapat mengulangi dari awal proses pengumpulan data dilapangan hingga dapat diperoleh kembali data-data penelitian yang baru sebagai dasar simpulan yang lebih bagus.

Dalam analisis ini, peneliti bergerak diantara ketiga komponen yakni reduksi data, sajian data, dan verifikasi. Setiap simpulan yang ditarik selama proses analisis data selalu melakukannya dengan pengumpulan data yang berkelanjutan agar ditemukan hasil yang bagus sampai pada akhir penelitian atau yang sering disebut verifikasi.

Peneliti dimungkinkan untuk melakukan pencarian data kembali yang lebih baru yang bisa ditemukan dilapangan dan menelusuri kembali semua bukti penelitian yang tersimpan. Cara ini dilakukan demi mendapatkan hasil yang bagus dalam sebuah penelitian dan tidak menimbulkan kebiasaan dalam penelitian yang dilakukan.

Analisis data model interaktif dikemukakan oleh Miles & Huberman (1984:23). Analisis data model interaktif ini memiliki tiga komponen yakni:

### a. Reduksi data

Komponen pertama dalam analisis data penelitian kualitatif yaitu adalah reduksi data. Dalam melakukan komponen ini peneliti melakukan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan pengabstraksian dari semua jenis data yang diperoleh pada penggalan data yang dilakukan dilapangan. Proses ini dilakukan secara terus-menerus sepanjang penelitian berlangsung. Reduksi data dilakukan dengan membuat catatan ringkas tentang isi dari catatan yang terjadi dilapangan.

Proses reduksi data merupakan analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menajamkan, menggolongkan, dan memperjelas guna mengurangi hal-hal yang tidak menjadi fokus penelitian. Dalam reduksi data ini peneliti berusaha menemukan data yang valid, jadi pada saat peneliti melihat kebenaran yang terjadi

di lapangan bisa sambil melakukan pengecekan informasi dari sumber yang berbeda.

b. Sajian data

Komponen kedua dalam analisis data kualitatif yakni sajian data. Sajian data merupakan sekumpulan informasi yang memberikan kemungkinan kepada peneliti untuk menarik simpulan dan pengambilan tindakan. Sajian data ini dikupas dalam bentuk deskripsi dan narasi lengkap yang disusun berdasarkan pokok-pokok temuan dalam reduksi data lalu disajikan dengan bahasa peneliti yang logis dan efektif, sehingga dapat dipahami dengan mudah.

Sajian data harus ditata dengan baik sesuai dengan rumusan masalahnya. Tujuan dilakukannya sajian data ini adalah untuk menjawab permasalahan penelitian melalui proses analisis data. Melalui proses sajian data ini, peneliti dapat merumuskan temuan-temuan dan dapat mengemukakan simpulan akhir penelitian.

c. Penarikan simpulan/verifikasi

Komponen yang terakhir dalam analisis data ini adalah penarikan simpulan/verifikasi. Penarikan simpulan/verifikasi ini adalah tentang bagaimana cara peneliti menemukan sebuah makna dalam penelitian, makna adalah jhal yang terpenting dalam penelitian kualitatif. Penarikan simpulan merupakan kegiatan penafsiran terhadap analisis data dan iterpretasi terhadap suatu data.

Proses penarikan simpulan sementara dapat dilakukan dengan pengulangan langkah penelitian yakni dengan menelusuri kembali semua langkah-langkah penelitian yang telah dilakukan dari awal hingga akhir. Proses ini sebaiknya dibuat secara, singkat dan jelas agar bisa dipahami dengan mudah. Simpulan penelitian harus sesuai dengan tema penelitian, tujuan penelitian, pemecahan permasalahan, data di dalam penelitian, temuan dari hasil analisis data, serta teori yang relevan dan yang dipakai dalam penelitian.