

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat ini, banyak pelaku ekonom banyak yang mengembangkan dalam bisnis properti karena merupakan investasi yang menguntungkan. Selain itu karena pertambahan penduduk yang semakin meningkat, membuat banyak orang mencari tempat untuk berbisnis maupun untuk tempat tinggal. Properti adalah sesuatu yang berkaitan dengan lahan atau tanah, hunian, jenis perkantoran dan jenis bangunan untuk perdagangan yang komersial.

Dalam dunia properti, terdapat berbagai macam bisnis properti seperti perumahan, apartemen, hotel, ruko, villa dan sebagainya. Dahulu bisnis properti hanya diperuntukan oleh penduduk pribumi, namun dewasa ini bisnis properti banyak juga dijalankan orang asing untuk menanam investasi di Indonesia. Properti merupakan salah satu pilihan bisnis yang pasti memberikan jaminan nilai keuntungan kepada investornya. Hal ini disebabkan karena bisnis ini melayani penyediaan kebutuhan manusia primer atau pokok yang setiap tahunnya jumlah penduduk semakin meningkat.

Terlihat jelas jika bisnis properti semakin tahun semakin meningkat dengan adanya banyaknya bangunan-bangunan baik perumahan, apartemen dan bangunan lainnya yang harganya sesuai segmen pasar dan

perkembangan di wilayah masing-masing. Salah satu penyebab tumbuhnya bisnis properti yang terus meningkat adalah tidak hanya dikarenakan kebutuhan manusia terhadap papan, tetapi juga banyaknya alternatif dan kemudahan dalam kepemilikan properti. Di zaman ini, tidak sedikit orang yang mempunyai properti disetiap daerah di Indonesia dan bukan hanya satu atau dua rumah saja, tetapi juga memiliki aset properti lainnya seperti tanah, ruko, villa dan sebagainya untuk investasi dimasa depan. Saat ini bisnis properti rumah sedang mengalami perkembangan. Apalagi beberapa survei menyatakan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang belum memiliki tempat tinggal. Situasi inilah yang harus dimanfaatkan sebagai peluang bisnis dan peluang paling realistis yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan jual beli rumah atau properti lainnya.

Bisnis Properti adalah bisnis yang menguntungkan untuk kedua belah pihak antara penjual dan pembeli. Hal ini karena properti adalah kebutuhan pokok manusia untuk tempat usaha dan tempat tinggal yang biasanya banyak diiklankan baik melalui mulut ke mulut atau media sosial. Selain itu, nilai investasi properti sangat cepat mendapatkan keuntungan karena harga pertahun naik mengikuti harga pasaran dan perkembangan disekitar lokasi atau wilayah. Harga properti adalah nilai dari suatu bisnis properti yang dapat mengalami kenaikan dan penurunan. Tidak sedikit faktor yang mempengaruhi harga properti, yang paling berpengaruh di antaranya adalah lokasi. Lokasi properti menjadi kunci utama sebuah properti dapat berkembang dengan nilai yang semakin tinggi

ataupun sebaliknya. Maka dari itu, sudah tentu lokasi menjadi pertimbangan utama sebelum memutuskan untuk membeli sebuah properti.

Dalam menjalankan sebuah bisnis properti, selain adanya penjual dan pembeli dalam bertransaksi, tidak jarang ditemui seorang negosiator yang berperan dalam mempengaruhi adanya transaksi jual-beli properti tersebut. Negosiator adalah seorang yang bertugas membantu penjual untuk memasarkan produk dagangannya dan membantu pembeli untuk menemukan properti yang diinginkan sesuai dengan kriteria yang telah dijelaskan. Seorang negosiator tidak hanya mempertemukan penjual dan pembeli, tetapi juga menjadi *advisor* bagi calon pembeli yang masih ragu dan bimbang dalam menentukan properti seperti apa yang sekiranya cocok, memberikan masukan dan pertimbangan juga agar pembeli tepat menentukan pilihannya. Yang perlu dimiliki oleh seorang negosiator adalah memberi informasi yang akurat mengenai produk properti calon pembeli. Pekerjaan negosiasi itu adalah pekerjaan yang membutuhkan seni, skill dan ilmu komunikasi dalam mendengar, mempersuasi penjual dan pembeli untuk menjadi satu kesatuan hingga menghasilkan sebuah kesepakatan dalam negosiasi.

Bahasa yang dipakai seorang negosiator harus lugas dan berbobot yang bisa mencairkan suasana didalam perundingan atau negosiasi. Seorang negosiator dalam sebuah agen properti juga harus mempunyai kriteria khusus dalam memasarkan sebuah produk baik dari kantornya ataupun

kerjasama dengan pihak luar. Dalam sebuah produk properti, negosiator dan penjual harus mengedepankan kelegalitasan properti, prinsip awal tanah atau properti lainnya yang bisa diajukan kerjasama yaitu: tanah atau properti lainnya sudah sertifikat (SHM, SHGB, IMB, PBB dll), sertifikat tidak sedang diagunkan, lokasi bisa dibangun pemukiman jika tanah (tidak dalam zona hijau), bebas dari sengketa, harga wajar dan sesuai di pasaran dan daerah sekitar.

Dalam transaksi jual beli, ketiga pihak baik penjual, pembeli dan negosiator mempunyai hak dan kewajiban ketika transaksi tersebut berhasil. Hal-hal yang perlu diperhatikan didalam transaksi jual-beli adalah: pajak Penjualan dan pembeli, biaya Notaris, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Komisi perantara, dan biaya lainnya yang harus selalu diingatkan dalam transaksi jual beli. Sehingga dalam proses dan transaksinya aman dan punya kekuatan hukum agar tidak terjadi masalah di belakangnya.

Dalam proses jual-beli properti, tentunya tidak akan jauh dari tawar-menawar harga antara penjual dan pembeli. Dalam proses tawar-menawar inilah awal terjadinya negosiasi. Negosiasi adalah cara untuk mengatasi dan menyelesaikan perbedaan agar terjalin kesepakatan bersama. Dengan kata lain negosiasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sebuah keadaan yang dapat diterima oleh kedua belah pihak. Negosiasi diperlukan ketika kepentingan atau seseorang atau kelompok tergantung pada

perbuatan orang atau kelompok lain yang memiliki kepentingan-kepentingan tersebut harus dicapai dengan jalan kerjasama dengan baik.

Kegiatan lobi dan negosiasi sebenarnya tidak terlepas dalam kehidupan sehari-hari. Selama manusia melakukan komunikasi, disitulah kita melakukan lobi dan negosiasi tanpa kita sadari. Bahkan dalam menyelesaikan suatu perbedaan diperlukan adanya dialog dan musyawarah. Cara ini sangat penting dilakukan agar kedepannya tidak ada masalah karena ada salah satu pihak yang merasa dirugikan atau salah satu pihak tidak berkenan yang akan menimbulkan dampak buruk. Negosiator yang baik hendaknya membangun kerangka dasar yang penting tentang negosiasi yang akan dilakukan, agar berhasil menjalankan tugas dengan baik.

Negosiasi adalah cara untuk menentukan keputusan dengan berbagai pihak yang dapat diterima kedua belah pihak sehingga dapat menyetujui bagaimana tindakan yang akan dilakukan selanjutnya. Ujung dari sebuah negosiasi adalah kesepakatan yang telah disetujui bersama. Dalam negosiasi juga berpotensi untuk terjadinya konflik mulai awal hingga akhir pembicaraan. Perlu adanya strategi khusus dalam mencapai kesepakatan dalam bernegosiasi. Pada umumnya, negosiasi dilakukan dalam tatap muka, menggunakan bahasa lisan, gerak atau bahasa tubuh maupun ekspresi wajah yang secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi proses negosiasi.

Dalam penelitian ini, lobi dan negosiasi yang terjadi dalam Arion Primera yang dilakukan oleh pihak penjual, pembeli dan negosiator menjadi bahan penting untuk diteliti. Dalam proses negosiasi tersebut akan terjadi konflik yang muncul dan menghambat terjadinya kesepakatan. Peneliti mencoba mengamati dan meneliti bagaimana strategi lobi dan negosiasi yang dilakukan dari negosiator agar dapat berjalan dengan baik dan tercipta suatu kesepakatan dalam negoisasi tersebut.

Dalam penyusunan ini, penelitian dilakukan di perusahaan Arion Primera Properti Jogja yang merupakan agen properti Jogja yang sudah berkompeten dan berpengalaman di bidangnya. Dalam bisnis propertinya, Arion Primera memberikan banyak pilihan baik produk primer dan produk sekunder yang berbeda dengan agen properti lain. Produk yang ditawarkan lebih dari seribu listing yang bisa dijadikan referensi pilihan properti di jogja. Harga yang ditawarkan bermacam-macam dari harga menengah kebawah sampai atas semuanya ada di Arion Primera dengan mengedepankan kualitas dan legalitas yang aman dan lengkap. Arion Primera mempunyai tim marketing yang solid dan kebanyakan merupakan marketing berpengalaman dari developer ternama di Jogja, sehingga para calon pembeli tidak meragukan lagi dari segi pengalaman dan pengetahuan marketing Arion Primera.

Penelitian ini diharapkan memperoleh metode pendekatan dan strategi atau tindakan apasaja yang dilakukan dalam menyelesaikan negosiasi dengan kedua belah pihak. Dalam penelitian ini juga untuk mencari solusi

dalam penyelesaian negosiasi dengan solusi terbaik dari seorang negosiator Arion Primera Properti yang dapat disepakati kedua belah pihak yaitu antara penjual dan pembeli properti.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan judul penelitian diatas, penulis berfokus pada strategi apa saja yang dilakukan negosiator Ben Pratama dalam lobi dan negosiasi kepada penjual dan pembeli di bisnis properti Arion primera. Adapun rumusan masalah yang akan dibahas sesuai dengan latar belakang masalah diatas yang dapat dirumuskan sebagai penelitian yaitu “Strategi Lobi dan Negosiasi Untuk Mencapai Kesepakatan Penjual dan Pembeli Dalam Bisnis (Studi Diskriptif Pada Arion Primera Properti Periode 10 April 2018 – 10 Juli 2018)”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan strategi-strategi yang digunakan oleh negosiator Ben Pratama dalam negosiasi dengan penjual dan pembeli dalam bisnis properti Arion Primera yang dapat mencapai kesepakatan bersama bagi kedua belah pihak.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah gambaran dan pengetahuan yang lebih mendalam tentang salah satu bentuk komunikasi persuasif dan juga salah satu yang harus dikuasai oleh seorang *Public Relations* dalam proses lobi dan negosiasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menerapkan dan memperjelas tentang fungsi, proses, dan pengetahuan lainnya terkait lobi dan negosiasi, sehingga dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu dalam praktek lapangannya.

a. Manfaat Praktis

Manfaat bagi Arion Primera Properti Jogja adalah penelitian ini diharapkan mampu memberikan evaluasi dan juga pembelajaran agar kedepannya lebih baik lagi untuk menghadapi penjual dan pembeli dalam proses lobi dan negosiasi dan mempunyai referensi dalam menghadapi karakter orang yang berbeda-beda agar tercapai kesepakatan. Bagi eksternal, penelitian ini bertujuan agar menjadi pedoman dan gambaran jika nantinya menghadapi persoalan seperti penelitian diatas atau sebagai pembelajaran agar proses lobi dan negosiasi bisa berhasil sesuai yang telah diharapkan.

b. Manfaat Umum

Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai aktivitas lobi dan negosiasi yang terjadi didunia kerja khususnya dalam bidang jual-beli

properti. Dan juga menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang melakukannya.

E. Metode penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh data sedalam-dalamnya dan sedetail-detailnya . Pada penelitian ini, penulis mencoba meneliti kepada pihak-pihak terkait dengan menekankan kualitas data yang diteliti dengan studi kasus yang akan diteliti. Metode penelitian kualitatif adalah sebuah metode yang menekankan paradigma pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau *natural setting* yang holistik, kompleks dan terperinci¹.

Menurut Denzin, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Menurut Richie, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial dan perspektifnya dalam dunia dari segi konsep, perilaku, persepsi, persoalan tentang manusia yang diteliti².

Metode Penelitian Kualitatif sering disebut juga dengan penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah

¹Dr. Nur Indriantoro, M.Sc., dkk, Metodologi Penelitian Bisnis. BPFE. Yogyakarta 1999. hal.13.

²Lexy, J.Moleong, Metode Penelitian Kualitatif. Bandung 2014. hal.6.

(*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif³.

Metode penelitian diskriptif analisis bertujuan mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala-gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memberikan kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menciptakan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang⁴.

Pada penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh mediator Arion Primera pada saat lobi dan negosiasi dengan penjual dan pembeli properti dengan menggunakan jenis dan metode penelitian kualitatif seperti yang telah dijabarkan. Peneliti memilih metode penelitian kualitatif sebagai alat mengumpulkan data karena metode ini adalah metode alamiah untuk mendapatkan informasi melalui wawancara, catatan harian di lapangan, foto, video dan dokumentasi lainnya untuk menambah data dan memperkuat data penelitian. Selain itu, metode ini juga dapat memperlihatkan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden.

³ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung 2014. hal.8.

⁴ Jalaludin, Rahmat, Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. hal.25.

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah dimana peneliti memiliki batasan tertentu karena ketika peneliti berada di lapangan, ada banyak pilihan menyangkut tempat, pelaku dan aktifitas yang bisa digunakan dalam pengumpulan data. Meskipun demikian, tidak semua hal dalam lapangan dapat diteliti, maka itu penelitian ini harus menentukan pilihan agar lebih fokus dan lebih detail.

Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada objek yang diteliti yaitu pada strategi Arion Prima dalam menangani negosiasi antara penjual dan pembeli properti untuk mencapai kesepakatan. Peneliti memilih hal tersebut karena dalam proses negosiasi akan ada strategi khusus dalam menyelesaikan negosiasi tersebut sehingga dapat disetujui dan diterapkan kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan.

Pemilihan negosiator Ben Pratama sebagai pegawai di Arion Prima Properti sebagai subjek penelitian dikarenakan Arion Prima Properti adalah sebuah perusahaan yang telah berpengalaman dalam bisnis properti yang sudah mempunyai jam terbang tinggi dan banyak dikenal di wilayah Jogjakarta. Selain itu, banyak produk yang telah ditawarkan di Arion Prima, sehingga banyak customer yang datang untuk mencari pilihan properti di Jogja.

3. Narasumber

Adapun narasumber yang digunakan peneliti yang sudah dipertimbangkan dan dipilih dengan baik sesuai dengan tujuan peneliti. Dalam jual-beli properti di Arion Primera Jogja terdapat 4 narasumber utama peneliti yaitu :

a. Win Wijanarko selaku pembeli

Alasan peneliti memilih bapak Win sebagai narasumber pembeli karena beliau telah membeli lebih dari satu produk Arion Primera baik produk primer ataupun produk sekunder, sehingga dapat dilihat dan dibandingkan bagaimana pelayanan dan strategi negosiasi dari Arion Primera.

b. Stanley Jaury selaku pemilik Arion Primera

Bapak Stanley Jaury adalah pemilik dari Arion Primera Properti, alasan memilih beliau sebagai narasumber adalah karena beliau yang bertanggung jawab dalam jalannya Arion Primera. Ketika ada marketing yang sedang bernegosiasi dengan penjual dan pembeli, beliau selalu memberikan motivasi dan memberikan kiat-kiat khusus agar tercapai kesepakatan bersama. Tidak hanya itu, ketika marketingnya membutuhkan masukan dan solusi dalam bernegosiasi, Pak Stanley selalu memberikan masukan dan pertimbangan hal apa yang sebaiknya dilakukan sehingga selalu ada komunikasi dan koordinasi.

c. Andrio Dwi selaku Tim leader Marketing

Sebagai pemimpin para marketing, setiap anak buahnya sedang melayani calon pembeli, Pak Andrio selalu diberitahu posisi hari ini dan jadwal lainnya dari marketingnya. Jika ada kendala dalam menjelaskan sebuah produk Arion Primera khususnya produk primer, Pak Rio selalu bersiaga jika ada yang kurang jelas dalam setiap produknya. Terkadang Pak Andrio menemani para marketing untuk bertemu dengan calon pembelinya, sehingga ada kerjasama dalam tim Arion Primera.

d. Ben Pratama selaku negosiator Arion Primera Properti

Bapak Ben Pratama adalah seorang marketing berpengalaman di Arion Primera yang sudah memiliki jam terbang tinggi dan setiap harinya selalu melayani customer. Beliau adalah salah satu marketing kebanggaan dari Arion Primera karena penjualan yang bagus baik produk primer atau sekunder. Dalam lobi dan negosiasi, beliau mempunyai peran penting dalam mempengaruhi baik pihak penjual dan pembeli agar terjadi kesepakatan bersama, sehingga dalam pemilihan strategi lobi dan negosiasi, beliau sudah berpengalaman untuk memilih bagaimana baiknya atau jalan tengahnya agar berhasil dan tercapai kesepakatan bersama.

e. Gerwin Sidarta

Bapak Gerwin adalah seorang pemilik proyek properti yang sudah bekerjasama dengan Arion Primera. Pemilihan Bapak Gerwin

dikarenakan dalam pengambilan perumahan dari Bapak Win mengambil unit perumahan di Fortuna Mansion Tamanan yang dimiliki oleh Bapak Gerwin. Dari pemilik ini, proses lobi dan negosiasi menjadi hal pokok dalam penelitian ini, sehingga narasumber ini sangat penting disertakan yang merupakan salah satu peran utama.

4. Metode Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Data adalah sekumpulan fakta yang diperoleh melalui pengamatan atau observasi langsung atau survei yang digunakan dalam memilih, mengumpulkan, dan menganalisis data yang hasilnya nanti digunakan sebagai dasar atau bukti yang cukup dan representatif untuk menyusun kesimpulan penelitian⁵.

Jenis data yang diperlukan penulis dibagi menjadi 2 kelompok yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari wawancara dengan narasumber utama yang terjadi dalam Arion Primera properti Jogja. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi baik cetak maupun memperoleh data melalui media online atau internet untuk memperkuat hasil penelitian.

⁵Dr. Nur Indriantoro, M.Sc., dkk. Metodologi Penelitian Bisnis. BPFE. Yogyakarta 1999. hal.10.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa cara untuk penambahan dan pengembangan informasi yaitu :

a. Wawancara

Menurut Koentjaraningrat dalam menjalankan wawancara dapat dilakukan dengan pencatatan, ada 5 macam pencatatan yang dilakukan sebagaimana mestinya yaitu dengan pencatatan langsung, pencatatan dari ingatan, pencatatan dengan alat recording, pencatatan dengan *field rating* dan pencatatan dengan *field coding*⁶. Dalam hal ini, wawancara dilakukan dengan narasumber langsung baik penjual, pembeli, pihak properti dan pendukung lainnya agar hasil data yang diperoleh lebih maksimal lagi.

Wawancara adalah dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi atau data dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka (*face to face*). Namun demikian, teknik wawancara dalam perkembangannya tidak harus dilakukan secara berhadapan

⁶ Burhan Bungin(Ed). Metode Penelitian Kualitatif. Raja Grafindo Persada. Jakarta 2006. hal.91.

langsung, melainkan dapat dengan memanfaatkan sarana komunikasi lain, misalnya telepon dan internet⁷.

Dalam kaitanya dengan penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait dari Arion Primera yaitu: Pak Ben Pratama (selaku negosiator dan marketing dari Arion Primera), Pak Win Wijanarko (selaku pembeli atau customer dari Arion Primera), Pak Gerwin selaku pemilik, Pak Andrio (selaku pemimpin marketing yang memantau perkembangan dan kegiatan dari tim marketing Arion Primera) dan juga pak Stanley (selaku pendiri dan pemilik Arion Primera yang biasanya memberikan solusi dan strategi lain jika timnya mengalami kendala dalam bernegosiasi).

Penelitian ini menggali informasi mengenai strategi Arion Primera dalam proses negosiasi dengan penjual dan pembeli properti yang telah mempercayakan melau Arion sebagai agen properti pilihan. Peneliti menggunakan *in-depth interview* sebagai jenis metode wawancara. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana

⁷ Bagong, Suryanto & Sutinah, Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta: Kencana2011.

pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Dengan itu kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan. Sesuatu yang amat berbeda dengan metode wawancara lainnya adalah bahwa wawancara mendalam dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian, hal yang mana kondisi ini tidak pernah terjadi pada wawancara umumnya⁸.

Wawancara mendalam dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan penyamaran dan terbuka. Penyamaran adalah dengan cara peneliti ketika mewawancarai narasumber bertindak sebagai masyarakat biasa dan beraktivitas seperti masyarakat pada umumnya dengan orang yang diwawancarai. Namun jika wawancara terbuka, wawancara dilakukan dengan informan secara terbuka dimana informan mengetahui kehadiran pewawancara sebagai peneliti yang bertugas melakukan wawancara sebagai peneliti yang bertugas melakukan wawancara di lokasi penelitian⁹. Peneliti memilih jenis ini karena ingin menggali data lebih mendalam sehingga mendapatkan jawaban dan data yang maksimal dari

⁸ Burhan Bungin, Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial. Jakarta 2010.

⁹ Burhan Bungin, Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial. Jakarta: Kencana 2010. hal.109.

narasumber-narasumber dalam mendalami strategi dalam lobi dan negosiasi di Arion Primera Jogja.

b. Observasi

Dalam observasi ini, peneliti mengamati proses dari awal hingga terjadinya kesepakatan dalam proses negosiasi negosiator dari Arion Primera Properti secara langsung. Menurut Parsudi Suparlan menyarankan delapan hal yang harus diperhatikan peneliti saat melakukan pengamatan, diantaranya : ruang dan waktu, pelaku, kegiatan, benda-benda atau alat-alat, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan secara instensif dengan waktu yang tidak terbatas¹⁰. Dalam hal ini, peneliti melihat dan mendalami secara detail dalam proses negosiasi tersebut baik secara langsung ataupun tidak langsung yang terjadi dilapangan.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Didalam proses dokumentasi ini, penulis mengumpulkan data-data dari sumber-sumber terkait untuk melengkapi hasil data yang sudah ada agar menjadi penelitian yang lebih akurat berdasarkan bukti

¹⁰ Burhan Bungin(Ed), Metode Penelitian Kualitatif, Raja Grafindo Persada Jakarta 2006. hal.83.

dokumentasi yang ada. Penulis memberikan dokumentasi dari awal proses, waktu kejadian dan penyelesaian hingga hasil yang telah didapat, sehingga data dapat disampaikan lebih jelas dan mendalam. Proses dokumentasi dilakukan dari awal hingga akhir dalam negosiasi yang dilakukan di beberapa tempat, sehingga penelitian ini dapat dilihat secara detail dan terperinci. Dokumentasi adalah hal yang sangat penting dilakukan untuk menunjang kualitas data, maka peneliti mencoba mendokumentasikan selama proses negosiasi baik berupa gambar foto dan rekaman.

d. Analisis Data

Analisis data adalah lanjutan dari peneliti yang digunakan untuk mencari, menata, dan merumuskan kesimpulan secara sistematis dari hasil interview, observasi dan dokumentasi. Menurut Milles dan Huberman, analisis data kuantitatif terdiri dari empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data¹¹. Pengumpulan data merupakan saat peneliti mengumpulkan data-data yang digunakan untuk penelitian yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi bentuk tulisan yang akan dianalisis. Penyajian data adalah proses mengelola data setengah jadi yang

¹¹Morisson, dkk, Metode Penelitian Survey. Jakarta : Kencana 2012. hal. 83.

sudah seragam dalam bentuk tulisan dan memiliki alur tema yang jelas untuk selanjutnya diolah dan dianalisis. Verifikasi data adalah dengan menarik kesimpulan hasil analisis dan menyajikan hasil analisis dalam bentuk pemaparan yang dapat diterima dan dipahami.

Dalam penelitian ini, hal pertama yang dilakukan peneliti adalah mengumpulkan semua hasil wawancara yang dilakukan kepada narasumber-narasumber, kemudian menyusun hasil wawancara tersebut dan mencocokkannya dengan hasil wawancara dari narasumber yang satu dengan lainnya dan kemudian mencocokkan teori yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

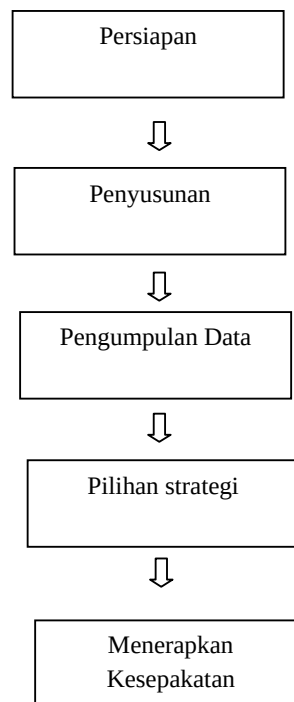
e. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian yang diteliti adalah di Arion Primera Properti Jogja yang terletak di jl. Sagan No. 1 Yogyakarta. Yang dilakukan pada jam operasional dari jam 09.00 WIB- 16.00 WIB, setiap hari Senin- Sabtu.

F. Kerangka Konsep Pemikiran

Dalam setiap jual beli properti akan ada lobi dan negosiasi antara penjual dan pembeli untuk mencapai sebuah kesepakatan. Negosiator juga sangat berperan untuk mempengaruhi kedua belah pihak dalam mencapai

kesepakatan bersama, sehingga perlu ada tehnik dan pengalaman khusus dalam lobi dan negosiasi agar bisa berjalan lancar dan terjadi kesepakatan. Untuk mencapai kesepakatan tersebut peneliti mencoba mengamati lebih mendalam dalam penelitian ini terlebih kepada negosiator Arion Primera dalam proses bernegosiasi.



Gambar 1.1 Tahapan Negosiasi

Dalam proses negosiasi terdapat beberapa proses yang akan menjadi susunan negosiasi agar berjalan dengan lancar dan sesuai dengan keinginan. Pertama, adanya persiapan yang dilakukan dalam proses negosiasi. Dalam persiapan tersebut, negosiator harus memiliki bekal dan pengalaman yang banyak sehingga dalam negosiasi bisa membantu kedua belah pihak berdasarkan wawasan disertai pengalamannya. Persiapan yang

matang akan menentukan keberhasilan. Persiapan yang dilakukan adalah dengan mengamati tipe personal dari kedua belah pihak yaitu pihak penjual dan pembeli, sehingga dapat diambil keuntungannya agar terjadi kesepakatan bersama. Kedua adalah penyusunan dalam bernegosiasi. Ketika akan melakukan negosiasi perlu adanya penyusunan atau langkah-langkah dari tahap awal dan akhir yang dapat mempengaruhi kualitas negosiasi tersebut, sehingga akan ada panduan yang akan dilakukan ketika akan berlangsung. Penyusunan dilakukan agar negosiasi dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan skema penyusunan yang telah direncanakan. Ketiga adalah pengumpulan data yang bisa dilakukan dalam pendekatan yang telah dilakukan negosiator kepada penjual dan pembeli. Dalam hal ini, seorang negosiator harus mampu membaca karakteristik seseorang sehingga dapat mengetahui gaya pembicaraan dan sudut pandang orang yang sedang diajak berbicara yang membuat suasana tidak kaku. Dalam hal ini, pengumpulan data yang dilakukan oleh negosiator mempunyai banyak peran untuk menentukan strategi apa yang digunakan. Keempat adalah pilihan strategi, jika negosiator mempunyai kemampuan dalam membaca karakteristik seseorang, maka akan menjadi moderator dalam menjembatani negosiasi antara penjual dan pembeli. Yang penting dilakukan dalam strategi negosiasi adalah negosiator menjadi penengah dan tidak memihak salah satu pihak, sehingga tidak akan ada rasa keberpihakan dalam proses negosiasi tersebut. Yang terakhir adalah menerapkan kesepakatan yang telah disepakati bersama, sehingga nantinya tidak akan

ada masalah dibelakang karena telah ada kesepakatan baik tertulis ataupun tidak tertulis dalam sebuah negosiasi. Dalam menerapkan kesepakatan inilah yang menentukan negosiasi berhasil atau tidaknya. Kesepakatan harus disetujui kedua belah pihak yang disaksikan oleh badan hukum yaitu Notaris, sehingga akan aman dan adil ketika sudah disetujui dan disaksikan bersama dalam kesepakatan tersebut.