

PELATIHAN NEGOSIASI DAN MELOBI BAGI ANGGOTA UMKM UNTUK MENUNJANG KEBERHASILAN USAHA

¹Maman Suherman, ²Neni Yulianita, ³Yenni Yuniati, dan ⁴Nurrahmawati

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung. Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
e-mail: ¹mansu_31@yahoo.co.id, ²yulianita.neni@gmail.com, ³yennyibs@yahoo.co.id, ⁴nurrahmawati10@gmail.com

Abstrak. Dalam rangka memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan kemampuan, kecakapan, dan keterampilan untuk memperlancar, mengefektifkan dan mengefisienkan pelaksanaan suatu negosiasi dan melobi, maka pada kesempatan ini kami tim pengabdian pada masyarakat menawarkan suatu program kegiatan penyuluhan dan pelatihan tentang Keterampilan Negosiasi dan Melobi bagi Para Anggota UMKM untuk Menunjang Keberhasilan Usaha, dengan tujuan agar dapat memberi kontribusi bagi para anggota UMKM khususnya dalam upaya pengelolaan keterampilan bernegosiasi dan melobi secara efektif, baik di lingkungan organisasi besar maupun kecil sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan, khususnya bagi keberhasilan usaha.

Pelatihan dilaksanakan selama 3 hari menggunakan metode ceramah, diskusi, case study, games, dan brain storming, diikuti 25 orang. Namun pada hari kedua dan ketiga jumlah tersebut berkurang menjadi 23 orang. Oleh sebab itu evaluasi dan analisis dilakukan terhadap 23 data peserta.

Mendasarkan pada hasil evaluasi yang dilakukan dengan menggunakan pre dan post test disimpulkan bahwa ada peningkatan pengetahuan peserta tentang materi pelatihan, meskipun tidak tinggi. Dari sisi lain, tanggapan peserta atas kegiatan ini positif hal ini tampak dari skor penilaian mereka pada aspek materi, instruktur, sarana dan prasarana pelatihan.

Kata kunci: Negosiasi, Lobi, dan UMKM

1. Pendahuluan

Jika suatu perusahaan menginginkan untuk dapat menghasilkan keuntungan berupa finansial yang lebih besar, maka salah satu hal yang kerap dilakukan dalam dunia bisnis adalah mekanisme kerja negosiasi dan melobi. Konsekuensinya, setiap orang yang terlibat bisnis harus dapat bernegosiasi dan melobi setiap saat. Dalam kondisi seperti ini, tentu saja kemampuan bernegosiasi dan melobi akan sangat memengaruhi karir seseorang, karena kemampuan bernegosiasi dan melobi dapat menghasilkan keuntungan tidak saja bagi perusahaan, tapi juga bagi negosiator itu sendiri. Mengapa negosiator yang terampil diberi imbalan yang tinggi? Karena sangat sedikit orang yang mampu bernegosiasi dan melobi dengan baik. Oleh sebab itu menjadi negosiator yang *piaway* bukan pekerjaan mudah. Akan tetapi, sebagai orang yang bisa bernegosiasi samara tentunya dapat dilakukan oleh banyak orang yang berprofesi sebagai pengusaha, pengacara, bahkan pengelola Usaha Mennengah Kecil dan Mikro (UMKM).

Secara alamiah setiap orang ingin bekerja dengan lebih baik. Dalam konteks negosiasi dan melobi salah satu faktor yang dapat menunjang keberhasilan dalam bekerja adalah dengan cara menyiapkan beberapa gagasan mengenai negosiasi dan melobi. Untuk keperluan negosiasi dan melobi ini, mungkin setiap orang tersebut bertanya-tanya apa

sebenarnya negosiasi dan melobi itu?, dan mengapa setiap orang perlu menggunakan negosiasi dan melobi dalam menunjang keberhasilan sebuah perjanjian? serta bagaimana langkah-langkah yang sistematis agar memenangkan negosiasi dan melobi? Negosiasi adalah perundingan dengan tawar menawar supaya didapat kata sepakat sesuai dengan yang diinginkan. Lebih luas lagi negosiasi adalah suatu *metode* untuk mencapai perjanjian dengan unsur-unsur *kooperatif* maupun *kompetitif*. Dapatlah dideskripsikan bahwa metode adalah serangkaian langkah yang harus diikuti dengan cara tertentu menurut urutan tertentu. Unsur kooperatif berarti adanya keinginan dari kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan yang dapat diterima secara bersama. Sedangkan unsur kompetitif berasal dari keinginan kedua belah pihak untuk mencapai hasil terbaik bagi dirinya sendiri, masing-masing pihak biasanya ingin mendapatkan bagian terbesarnya.

Dari pengertian negosiasi tersebut, mengindikasikan bahwa jika seseorang salah melangkah atau melaksanakannya dengan buruk, maka dapat mengakibatkan berbagai konsekuensi yang tidak diinginkan dan tidak terduga. Tentu saja jika kita mempelajari dan menerapkan metode negosiasi dan melobi dengan benar maka kemungkinan besar dapat berhasil mencapai kesepakatan bersama bahkan memenangkan negosiasi dan melobi.

Fenomena tersebut, memberikan indikasi bahwa seseorang yang bekerja dalam dunia bisnis dan kerap melakukan kegiatan negosiasi dan melobi dituntut harus mampu, cakap, dan terampil dalam mengembangkan trik-trik bernegosiasi dan melobi yang handal. Untuk keperluan itu, maka perlu kiranya seorang negosiator mengetahui dan memahami teknik-teknik bernegosiasi dan melobi secara seksama dan komprehensif agar dapat terhindar dari kegagalan atau kekecewaan dalam melakukan negosiasi dan melobi sebuah perjanjian. Dalam rangka memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan kemampuan, kecakapan, dan keterampilan untuk memperlancar, mengefektifkan dan mengefisienkan pelaksanaan suatu negosiasi dan melobi, maka pada kesempatan ini kami tim pengabdian menawarkan suatu program kegiatan pelatihan tentang “Keterampilan Negosiasi dan Melobi bagi Para Anggota UKM untuk Menunjang Keberhasilan Usaha”.

Tujuan dari pelatihan ini adalah memberikan pemahaman (kognitif) kepada para pengusaha UMKM di Desa Cikole, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat dengan rincian sebagai berikut: 1) Mengenali pemahaman, kemampuan peserta dalam bernegosiasi dan melobi para anggota UMKM di Desa Cikole Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat; dan 2) Meningkatkan pemahaman dan kemampuan bernegosiasi dan melobi para anggota UMKM di Desa Cikole Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat.

2. Tinjauan tentang Negosiasi dan Lobby

Setiap komunikasi yang dilakukan senantiasa mendambakan efek yang maksimal atau sering disebut dengan ‘efektif’, oleh karenanya perancang komunikasi sebelum melakukan kegiatan komunikasi dituntut untuk memiliki tujuan yang ingin dicapai dari komunikasi yang akan dilancarkan.

Efek dalam kegiatan komunikasi, adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima (komunikate) sebagai akibat pesan yang diterimanya baik secara langsung *face to face* maupun melalui media. Jika perubahan yang terjadi pada diri komunikate baik itu berupa perubahan pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku sesuai dengan keinginan komunikator, maka komunikasi itu disebut efektif.

Tidaklah dapat diramalkan sebelumnya, jika efek komunikasi yang muncul berupa banyak perubahan sebagai akibat komunikasi terjadi secara spontan, tidak sengaja, dan tidak diduga. Oleh karena itu layaklah jika kegiatan komunikasi harus dirancang atau direncanakan.

Kekhasan dari pelatihan tentang negosiasi dan lobi untuk para pengelola UMKM terletak pada peserta sebagai sasaran strategis. Mereka pengusaha kecil, bahkan mikro yang sangat jarang bersinggungan dengan birokrat tingkat tinggi. Akan tetapi, kemampuan negosiasi dan melobi bukan sekadar menghadapi para petinggi birokrasi. Para pengelola UMKM sering berhadapan dengan pembeli, *suppliers*, dan lainnya, meskipun dalam skala kecil.

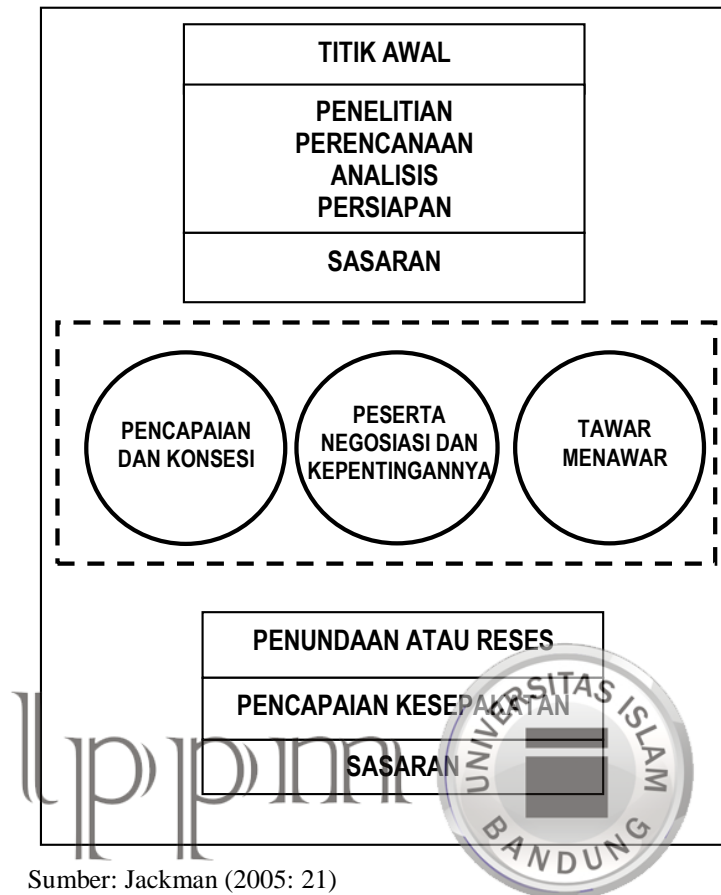
Beberapa definisi negosiasi, yang penulis kutip dari para pakar negosiasi, yakni: Malahayati (2006: 2) menyatakan bahwa negosiasi adalah “perundingan yang dilakukan oleh dua pihak untuk mencapai kesepakatan bersama”. Jackman (2005: 8) menyatakan bahwa negosiasi adalah “sebuah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih, yang pada mulanya memiliki pemikiran berbeda hingga akhirnya mencapai kesepakatan”. Dengan demikian inti daripada negosiasi adalah untuk mencapai pemecahan masalah menuju kesepakatan.

Dari definisi negosiasi dan konteks pemecahan masalah bersama di atas pada prinsipnya terlihat adanya pengertian yang terkait dengan “negosiasi”, pengertian yang terdapat dalam “pemecahan masalah bersama”, dan diharapkan tidak dapat mencapai “kesepakatan bersama”.

Sedangkan, konsep lobi menurut AB Susanto dalam Redi Panuju (2010: 18) adalah: “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”.

Dengan demikian, melobi merupakan bagian dari aktivitas komunikasi. Lingkup komunikasi yang luas menyebabkan aktivitas lobi juga sama luasnya. Lobi ditujukan untuk memperoleh sesuatu yang menjadi tujuan atau target seseorang atau organisasi, dan apa yang dimaksudkan tersebut berada di bawah kontrol atau pengaruh pihak lain (individu maupun lembaga).

Jika dilihat dari konteks bisnis suatu lembaga/perusahaan/instansi, maka proses negosiasi yang dapat dilakukan adalah proses komunikasi baik yang dilakukan oleh para negosiator secara pribadi maupun peran-peran yang dimainkan dalam suatu tim negosiasi yang melibatkan suatu organisasi dimana di dalamnya terdapat berbagai macam karakter manusia yang satu sama lain tidaklah sama. Untuk itu, pada proses negosiasi, pertama yang harus diupayakan pengelola manajemen suatu lembaga/perusahaan/instansi adalah adanya upaya untuk dapat menyamakan persepsi pada individu-individu yang terlibat di dalamnya, khususnya dalam hal adanya pengertian atau pemahaman individu terhadap tujuan yang ingin dicapai.



Sumber: Jackman (2005: 21)

Gambar: Model Proses Negosiasi

Negosiasi merupakan bagian dari konsep komunikasi secara umum yang bertujuan mempengaruhi, menarik perhatian, menarik simpati, menimbulkan empati, menyampaikan informasi dari dan atau ke seseorang, kelompok, organisasi, perusahaan, lembaga negara bahkan negara. Selain itu, dalam konteks PR, hal ini merupakan sesuatu hal yang dihadapi seorang PR ketika akan melakukan suatu hubungan kerjasama atau ketika akan melakukan suatu penyelesaian masalah. Negosiasi itu sendiri bisa terjadi apabila aktivitas melobi mendapat respon dari pihak lain. Jika pihak lain tidak menanggapi pendekatan yang dilakukan diantaranya melalui lobi-lobi, maka negosiasi boleh jadi tidak akan terjadi. Sebaliknya, negosiasi bisa terjadi karena adanya konflik, dan melobi ada didalamnya untuk mengurangi konflik tersebut.

3. Metodologi Pelatihan

Selaras dengan program kegiatan dan sesuai dengan visi dan misi Unisba dengan mempertimbangkan desa binaan LPPM Unisba, maka khalayak sasaran yang dianggap strategis untuk diberikan pelatihan ini adalah para UMKM di Desa Cikole, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat.

Guna memudahkan dalam penyebaran undangan dan pertimbangan kepatuhan calon peserta (UMKM) untuk mengikuti kegiatan ini, tim melakukan koordinasi dengan aparat Desa Cikole, khususnya Sekretaris Desa yaitu Entus Kusmana, B.Sc. Tim bekerjasama dengan aparat Desa Cikole menyebarkan undangan kepada calon peserta.

Target peserta pelatihan adalah 30 orang. Guna mencapai jumlah peserta maksima, tim bekerja sama dengan aparat Desa Cikole menyebarkan undangan kepada 35 orang (UKM), dari jumlah tersebut sebanyak 25 orang bersedia mengikutinya.

Beberapa hari setelah disetujui rencana pelatihan ini oleh LPPM – Unisba, ketua Tim PKM meminta kepada nara sumber (instruktur) untuk menyiapkan materi secara lengkap minimal dalam bentuk *handout* maksimal 4 hari sebelum kegiatan dilaksanakan. Sesuai target tersebut, *handout* materi yang akan disampaikan dapat diselesaikan dan 3 hari menjelang pelaksanaan (pelaksanaan 13 Mei 2014) sudah diperbanyak untuk diberikan kepada peserta.

Memperhatikan perumusan masalah, dan tujuan pengabdian yang telah dikemukakan, maka tim pengabdian menetapkan metode pengabdian pada masyarakat yang akan digunakan pada prinsipnya adalah memberikan pemahaman yang mendalam melalui kegiatan penyuluhan dan pelatihan, serta memberikan praktek-praktek sesuai dengan materi yang akan disajikan. Berdasarkan keperluan tersebut, maka metode yang digunakan meliputi: 1) Penyuluhan dan Tanya Jawab, 2) Simulasi/Role Playing, dan 3) Diskusi Kelompok. Di sini peserta dilibatkan dalam sebuah permainan yang sudah dirancang demikian rupa dan terkait dengan materi pelatihan.

Materi pelatihan disampaikan oleh 4 orang instruktur yang dianggap mampu, ahli, dan berpengalaman dalam memberikan materi pelatihan. Di atas ditambah 2 orang (mahasiswa) sebagai tim pelaksana teknis dan Administrasi selama persiapan, pelatihan berlangsung, dan penyusunan laporan akhir.

4. Data Umum Peserta Pelatihan

Pelatihan ini dilakukan selama 3 hari yaitu tanggal 13, 14, dan 15 Mei 2014 bertempat di Kantor Desa Cikole, Kecamatan Lembng, Kabupaten Bandung Barat. Pelatihan diikuti oleh 25 orang anggota (pengelola) UMKM yang berasal dari Desa Cikole Kecamatan Lembng Kabupaten Bandung Barat. Jumlah tersebut berkurang menjadi 23 peserta pada hari kedua dan ketiga. Dengan demikian penghitungan *pre* dan *post test* sebagai upaya mengukur efektivitas pelatihan dilakukan terhadap 23 peserta.

5. Hasil Evaluasi dan Analisis Data

Berikut ini dipaparkan hasil evaluasi berupa *pre* dan *post test* sehingga akan tampak peningkatannya atau sebaliknya menurun hasilnya. Evaluasi dan analisis dilakukan atas setiap materi pelatihan. Setiap peserta diberikan *pre* dan *post test* sebanyak 5 soal dengan nilai 2 bagi setiap jawaban yang benar.

Selain melakukan evaluasi dalam bentuk tes seperti telah disebutkan di atas, para peserta juga diminta untuk memberikan pendapatnya dengan mengisi kuesioner. Tanggapan peserta melalui kuesioner ini meliputi aspek materi, instruktur, dan sarana dan prasarana pelatihan.

Analisis hasil evaluasi beserta analisisnya terbagi ke dalam dua tema utama yaitu Negosiasi dan Lobi. Data hasil *pre test* dan *post test* tersaji pada table-tabel di bawah ini.

Materi tentang negosiasi mencakup 7 materi yaitu: (1) Pengantar Negosiasi; (2) Proses Negosiasi; (3) Persiapan Bernegosiasi; (4) Mengatur Permainan dalam Negosiasi; (5) Teknik Negosiasi dan *Lobbying*; (6) Merancang Gaya dalam Negosiasi; (7) Pengaruh Budaya terhadap Kelancaran Negosiasi. Setiap subtema pelatihan diberikan soal *pre test* dan *post test* sebanyak 5 soal. Dengan demikian skor tertinggi pada materi Negosiasi adalah 70 (100%).

Tabel 1:
Pemahaman Peserta tentang Negosiasi

<i>Jenis Tes Peserta</i>	<i>Pre Test</i>	<i>Post Test</i>	<i>Persentase Peningkatan</i>
Ani N	30	36	8,5
Entin T	28	40	17
Sri K	26	34	11,5
Lilis	26	30	5,7
Sopiah	30	34	5,7
Sumiati	24	38	20
Eti Marsiti	24	38	20
Ecin Kuraesin	22	32	14
Rohanah Akum	24	34	14
Ayi Asmawati	26	36	14
Wiw	26	36	14
Emma Kusmayati	32	32	0
Tati	22	38	23
Maya	24	30	8,5
Sri Hartati	22	34	17
Iis Rohayati	28	38	14
Ade Supriatna	22	44	31,5
Suci Ardiyah	36	56	29
Asep Dudung	26	46	29
Meisa Roklaela	24	48	26
Nengsih	20	36	23
Ida Suhara	22	36	20
Neng Kurniasih	24	32	11,5

Materi Lobi atau Melobi (Lobbying) pada pelatihan ini mencakup 3 sub tema yaitu: (1) Proses *Lobbying*; (2) *Lobbying* dalam Konteks Komunikasi; (3) Strategi *Lobbying* yang Efektif. Setiap subtema pelatihan dilakukan pre test dan post test sebanyak 5 soal, sehingga jumlahnya 15 dengan skor masing-masing soal 2. Dengan demikian skor tertinggi 30 (100%).

UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG

Tabel 2:
Pemahaman Peserta tentang Lobi

<i>Jenis Tes Peserta</i>	<i>Pre Test</i>	<i>Post Test</i>	<i>Persentase Peningkatan</i>
Ani N	10	18	27
Entin T	10	12	7
Sri K	12	16	13
Lilis	8	14	20
Sopiah	8	12	13
Sumiati	16	14	0
Eti Marsiti	10	18	27
Ecin Kuraesin	10	16	20
Rohanah Akum	8	18	33
Ayi Asmawati	6	16	33
Wiw	6	18	40
Emma Kusmayati	8	16	27
Tati	8	12	13
Maya	10	16	20

<i>Sri Hartati</i>	6	18	40
<i>Iis Rohayati</i>	8	10	7
<i>Ade Supriatna</i>	10	16	20
<i>Suci Ardiyah</i>	16	24	27
<i>Asep Dudung</i>	10	16	20
<i>Meisa Roklaela</i>	8	14	20
<i>Nengsih</i>	8	12	7
<i>Ida Suhara</i>	10	18	27
<i>Neng Kurniasih</i>	10	20	14

6. Simpulan

Pemahaman dan keterampilan bernegosiasi dan melobi para anggota UMKM, sebelum dilakukan kegiatan pelatihan dapat diasumsikan bahwa daya serap peserta terhadap materi pelatihan ini cukup efektif. Peningkatan skor pada peserta secara kuantitatif masih rendah. Hal ini merujuk pada angka peningkatannya yang mayoritas hanya meningkat 2 nilai atau ekuvalen dengan hanya meningkat satu jawaban yang benar. Berdasarkan itu bisa dikatakan bahwa efektivitas pemberian materi pada sesi ini masih rendah.

Rendahnya efektivitas komunikasi sulit untuk diketahui secara pasti faktor yang mempengaruhinya dari seluruh komponen komunikasi. Terutama bila melihat hasil *scoring* feed back, karena penilaian responden (peserta) terhadap komponen komunikasi (pelatihan) secara umum baik atau tinggi. Namun demikian, ada peluang kekurangan pada pemateri yaitu penggunaan bahasa dan idiom ketika itu. Perbedaan tingkat pendidikan antara pemateri dengan peserta bisa jadi merupakan penyebab rendahnya tingkat efektivitas pelatihan tersebut. Mayoritas peserta mendapatkan pengetahuan lebih setelah mengikuti sesi ini. Peningkatan skor tersebut bila dilihat dari sisi besaran nilainya, masih memprihatinkan. Perolehan peningkatan skor tampak tidak signifikan, mayoritas hanya 2 nilai atau setara dengan penambahan satu jawaban yang benar.

Sisi lain dari data tersebut adalah cukup banyak (7 peserta) yang tidak berubah tingkat pengetahuannya sebelum dan sesudah pemberian materi. Dan ada satu peserta yang justru skornya menurun dari hasil *pre test* dengan *post test*.

Pemahaman dan keterampilan bernegosiasi dan melobi para anggota UMKM, setelah dilakukan kegiatan pelatihan. Efektivitas komunikasi dalam bentuk ceramah dan diskusi masih rendah. Meskipun secara kuantitatif jumlah peserta yang mengalami peningkatan pengetahuan tentang materi pelatihan masih tinggi. Penilaian atau *feed back* terhadap unsur-unsur dari proses pelaksanaan pelatihan komunikasi, secara keseluruhan menunjukkan skor yang tinggi. Namun hal ini tidak berbanding lurus dengan tingkat efektivitas komunikasinya. Bila mencermati persentase peningkatan pengetahuan atau skor peserta secara kumulatif, maka peningkatan dimaksud hanya berkisar antara 12% sampai dengan 28%. Rendahnya tingkat efektivitas komunikasi ini secara persentase sangat dimungkinkan terjadi karena faktor diferensiasi tingkat pendidikan antara pemateri dengan peserta. Profesi pemateri sebagai dosen juga sangat menentukan terjadinya penggunaan bahasa dan idiom yang secara akademik sudah familiar di telinga dosen, namun sangat asing bagi peserta, sebab penilaian secara individual terhadap tiap-tiap materi ternyata secara umum mengalami peningkatan skor dari *pres test* ke *post test*.

Daftar Pustaka

- Cohen, Herb. 2003. *Negosiasi untuk Segala Situasi*. Semarang: Dahara Prize
----- 1986. *Negosiasi*. Jakarta: PT. Pantja Simpati.
- Curry, Jeffrey Edmund. 2002. *Memenangkan Negosiasi Bisnis Internasional; merencanakan dan mengendalikan negosiasi bisnis internasional*. Jakarta: PPM.
- Curtis, Dan B., James J. Floyd, Jerry L. Winsor. 1992. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Jakarta: PT Rosda Jayaputra.
- Dawson, Roger. 2002. *Secrets of Power Negotiating Rahasia Sukses Seorang Negosiator Ulung*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fisher, Roger, William Ury, and Bruce Patton. 2000. *Getting to YES Teknik Berunding Menuju Kesepakatan tanpa Memaksakan Kehendak*. Jakarta: Obor Indonesia.
- Fleming, Peter Ronald. 2002. *Negosiasi yang Sukses dalam Sepekan*. Jakarta: Kesaint Blanc.
- King, Robert G. 1979. *Fundamentals of Human Communication*. New York: Macmillan Publishing Co., Inc.
- Kusumohamidjojo, Budiono. 1999. *Panduan Negosiasi Kontrak*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Malahayati, Cut. 2006. *Langkah Tepat Negosiasi Bisnis*. Jakarta: Restu Agung.
- Panuju, Redi. 2010. *Jago Lobi dan Negosiasi*. Jakarta: Interpretobok.
- Partao, Zainal Abidin. 2006. *Tekhnik lobi dan diplomasi untuk insan public relations*. Jakarta : indeks Gramedia.
- Prasetyono, Dwi Sunar. 2007. *Seni Kreatif Lobi dan Negosiasi; merancang kiat-kiat sukses lobi dan negosiasi untuk segala kepentingan anda (dari bisnis, karir hingga politik)*. Jogjakarta: Think.
- Royan, Frans M. 2005. *Negotiation in Consultative Selling*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Schoonmaker, Alan N. 1993. *Langkah-Langkah Memenangkan Negosiasi*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Thorn, Jeremy G. 1995. *Terampil Bernegosiasi*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Warr, Peter. 1984. *Psikologi Perburuhan dan Perundingan Kolektif, sebuah tilikan atas segi-segi psikologis demi membina hubungan perburuhan yang efektif dan harmonis*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Sumber lain:
<http://koperasi.bandungkab.go.id/index.php?pil=mn&sid=informasi&bag=kop&page=11>