



## Intisari

Penelitian di bidang bisnis seni rupa khususnya mural masih merupakan suatu kajian penelitian yang baru serta masih terbuka luas untuk mengeksplorasi mekanisme dan proses penetapan harga mural. Penelitian tentang faktor – faktor yang mempengaruhi penetapan harga mural masih sangat minim, sehingga hal ini dapat menjadi perhatian dan peluang untuk melakukan penelitian. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi proses negosiasi dalam penetapan harga mural yang terjadi antara seniman dengan ARTOTEL. Studi ini menggunakan desain studi kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang bersifat tunggal dengan area pengamatan di tujuh hotel di bawah manajemen ARTOTEL. Hasil analisa menemukan bahwa terdapat lima tahapan yang terjadi dalam proses penetapan harga mural yaitu tahap proses mencari dan memilih seniman yang akan diajak bekerjasama dengan pihak hotel, tahapan penawaran dan negosiasi, tahapan kesepakatan dan tahapan penyelesaian karya. Setiap tahapan dalam proses penetapan harga sangat berkaitan satu dengan yang lain.

Secara teori, proses yang dihasilkan pada penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh studi empiris sejenis yang memperkaya studi-studi mekanisme penetapan harga khususnya pada bidang seni. Penelitian ini berkontribusi pada literatur yang ada karena secara eksplisit mempertimbangkan tingkat penyesuaian sebagai faktor dampak pada keputusan penetapan harga. selain daya tawar dan biaya tawar-menawar, tingkat penyesuaian yang diinginkan sangat mempengaruhi keputusan penyedia layanan yang mendukung aturan penetapan harga tertentu. Penyedia layanan lebih cenderung bernegosiasi tentang harga yang lebih disesuaikan dengan layanan yang ditawarkan. Implikasi utama adalah harapan bahwa tawar menawar akan menjadi mekanisme penetapan harga yang lebih umum dan penting di banyak industri jasa khususnya seni. Sebagian besar layanan adalah barang kepercayaan dengan kualitas *ex ante* yang tidak dapat diobservasi, konsumen dapat menginterpretasikan komitmen terhadap harga pemesanan dan keputusan yang mendukung aturan penetapan harga tertentu sebagai sinyal kualitas.

Penelitian ini berkontribusi pada penelitian akademik dalam dua cara. Pertama, bagi penelitian negosiasi di masa depan, bergantung pada karakteristik layanan tertentu (tingkat penyesuaian dan integrasi), negosiasi untuk layanan mungkin berbeda secara substansial dari negosiasi untuk barang. Kedua, penelitian ini memperluas literatur tentang taktik pengaruh dalam negosiasi harga dengan menekankan bahwa menjaga hubungan pelanggan yang baik adalah penting, mereka dapat mencegah pelanggan dari mengembangkan aspirasi negosiasi yang berlebihan.

Kata kunci : proses penetapan harga, mural, ARTOTEL

## Abstract

Research in the field of fine art business especially mural is still a new research study and it is still wide open to explore the mechanism and pricing process for the mural. Research on the influencing factors for establishing the pricing for mural is still minimum, therefore it should be something to be concerned with and made as an opportunity in doing a research. This objective of this research is to identify the negotiation process between the artist and ARTOTEL in establishing the pricing of the mural. This study used the design of qualitative study with an approach of a single case study with the area of observation at the seven hotels under the management of ARTOTEL. The result of the analysis showed that there were five stages occurred in the process of pricing the mural; namely the stage of process for finding and selecting the artist who will be invited to work with the hotel, the stage of bidding and negotiating, the stage of agreement, and the stage of finishing the artwork. Each stage in the process of pricing is closely related to each other.

Theoretically, the process resulted in this research can be utilized by similar empirical studies that may enrich the studies of pricing mechanism especially in the field of art. This research contributes to the existing literature because it explicitly considers the level of adjustment as the impact factor in the pricing decisions. In addition to the power of bargaining and the cost of bargaining, the desired level of adjustment could greatly influence the decision of the service providers who support certain pricing rules. Service providers are more likely to negotiate more tailored prices to the services offered. The main implication is the expectation that bargaining will become a more general and important in pricing mechanism in many service industries especially the arts. Most services are trusting goods with non-observable *ex-ante* quality, consumers can interpret the commitment to booking prices and decisions that the commitment to booking prices and decisions that support particular pricing rules as a quality signal.

This research contributed to the academic research in two ways. First, for the future negotiating research, depending on certain service characteristic (level of adjustment and integration), negotiation for services may differ substantially from negotiation for the goods. Second, this study expanded the literature in influence tactics in pricing negotiation by emphasizing that maintaining a good relationship with customers is important, for they can prevent the customers from developing excessive negotiating aspirations.

**Keywords:** pricing process, mural, ARTOTEL