

STAKEHOLDER CHARACTERISTIC

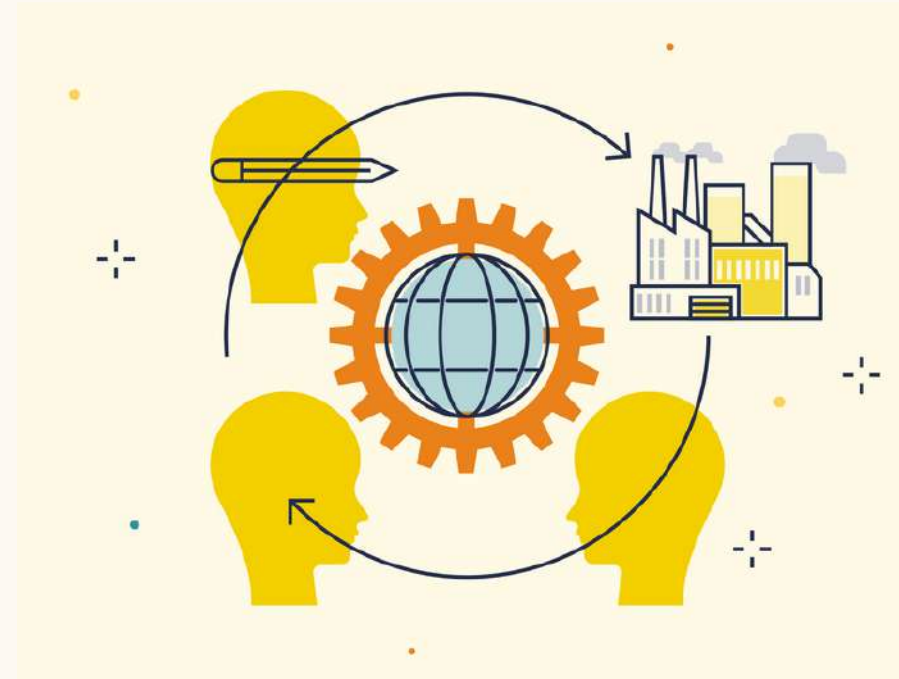
HUSNA AISYAH 20808144058
FADILAH NUR I. 20808144022
DIAH SEKAR P. 20808141104
RAUDHA AQILLA 20808141163



Pembahasan

- Pengertian Stakeholder
- Peran dan Pengaruh Stakeholder
- Tipe-tipe Stakeholder
- Stakeholder in Management
- Stakeholder in Corporate Social Responsibility (CSR)
- Stakeholder Management
- Company Stakeholder Mapping
- Tantangan yang Dihadapi dalam Mengelola Stakeholder
- Jurnal 6a, 6b, 6c

Pengertian Stakeholder



Stakeholders is used to describe all the different people or groups of people who are affected by an organization's policies, decisions, and activities (Hughes et. al: 2019 dalam Foundations of Business).

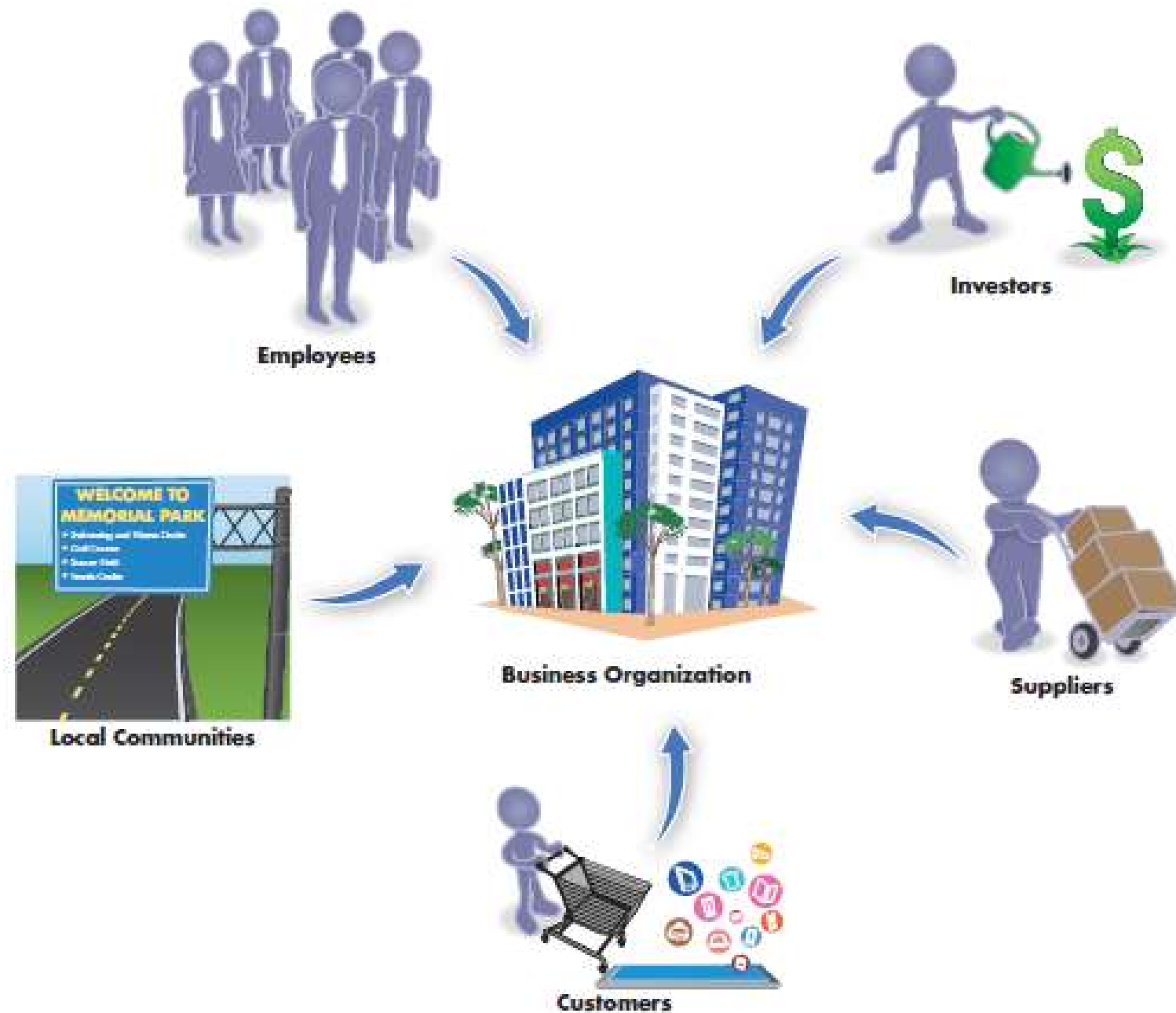


FIGURE 2.3 Major Corporate Stakeholders

KONSEP TEORI STAKEHOLDER

Konsep teori stakeholder oleh Evan dan Freeman (1993)

1. Principle of corporate legitimacy
Perusahaan harus dikelola untuk kepentingan stakeholder.
2. The stakeholder fiduciary principle
Manajemen harus memiliki hubungan fidusia dengan stakeholder dan korporasi.

Peran dan Pengaruh Stakeholder

Stakeholders	Examples of interests
Government	taxation, VAT, legislation, low unemployment, truthful reporting.
Employees	rates of pay, job security, compensation, respect, truthful communication.
Customers	value, quality, customer care, ethical products.
Suppliers	providers of products and services used in the end product for the customer, equitable business opportunities.
Creditors	credit score, new contracts, liquidity.
Community	jobs, involvement, environmental protection, shares, truthful communication.
Trade Unions	quality, Staff protection, jobs.
Owner	have interest of the success of his/her business.

Tipe-tipe Stakeholder

STAKEHOLDER UTAMA (PRIMER)

Erat kaitannya dengan penyusunan kebijakan, proyek, dan program sebagai pihak penentu paling utama dalam pengambilan keputusan perusahaan.

STAKEHOLDER PENDUKUNG (SEKUNDER)

Pihak yang tidak berhubungan langsung dengan suatu program, kebijakan, atau proyek. Berpotensi mengubah sikap stakeholder primer serta keputusan resmi pemerintah.

STAKEHOLDER KUNCI

Kelompok eksekutif yang berwenang resmi atas pengambilan keputusan.

Dilansir dari laman resmi Investopedia, stakeholder dibagi menjadi dua bagian dalam dunia bisnis. yaitu internal stakeholder dan eksternal stakeholder.





Stakeholder in Management

Decade terakhir abad ke-20, kata "pemangku kepentingan" menjadi lebih umum digunakan untuk mengartikan orang atau organisasi yang memiliki kepentingan sah dalam suatu proyek atau entitas.

Dalam membahas proses pengambilan keputusan untuk institusi, konsep telah diperluas untuk mencakup semua orang yang berkepentingan (atau "saham") dalam apa yang dilakukan entitas. Ini tidak hanya mencakup vendor, karyawan, dan pelanggannya, tetapi bahkan anggota komunitas di mana kantor atau pabriknya dapat memengaruhi ekonomi atau lingkungan setempat.

"Pemangku kepentingan" tidak hanya mencakup direktur atau wali di dewan pengurusnya Tetapi juga semua orang yang "menyetorkan" saham kiasan dan orang-orang yang kepadanya "dibayar" (dalam arti "hasil" dalam teori permainan, yang berarti hasil dari transaksi).



Stakeholder in CSR

Para pendukung yang mendukung stakeholders dapat mendasarkan argumen mereka pada empat pernyataan kunci berikut:

- Nilai paling baik dapat diciptakan dengan mencoba memaksimalkan hasil bersama.
- Pendukung juga mempermasalahkan peran utama yang diberikan kepada pemegang saham oleh banyak pemikir bisnis.
- Argumen normatif ini akan menjadi masalah kecil jika pemegang saham (stakeholders) memiliki kendali penuh dalam membimbing perusahaan.
- Nilai terbesar dari sebuah perusahaan adalah citra dan mereknya.

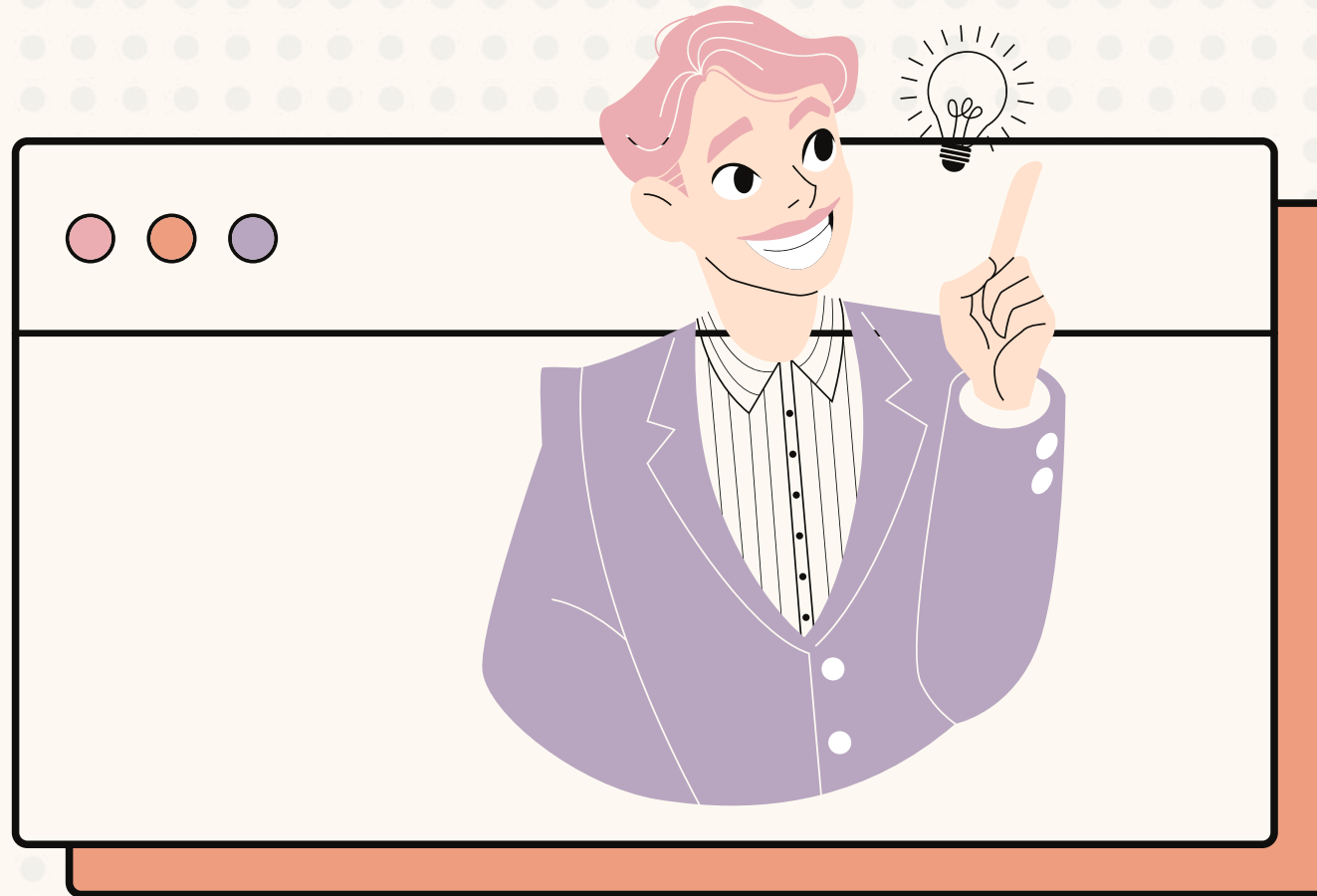
Stakeholder Management

Stakeholder management adalah proses dan kontrol yang harus direncanakan dan dipandu oleh prinsip-prinsip yang mendasarinya.

Stakeholder management, mempersiapkan strategi memanfaatkan informasi yang dikumpulkan selama proses umum berikut:

- Identifikasi stakeholder
- Analisis stakeholder
- Matriks stakeholder
- Komitmen stakeholder
- Mengkomunikasikan informasi





Company Stakeholder Mapping

**Company stakeholder mapping
dapat mengidentifikasi pemangku
kepentingan sebagai berikut:**

1. Karyawan
2. Komunitas
3. Pemegang saham
4. Kreditur
5. Investor
6. Pemerintah
7. Konsumen

Pemetaan pemangku kepentingan perusahaan yang lebih luas juga dapat mencakup:



- Pemasok
- Serikat buruh
- Badan pengatur pemerintah
- Badan legislatif pemerintah
- Badan pemungut pajak pemerintah
- Kelompok perdagangan industri
- Asosiasi profesional
- LSM dan lainnya kelompok advokasi
- Calon karyawan
- Calon pelanggan
- Masyarakat sekitar
- Komunitas nasional
- Publik secara luas (komunitas global)
- Pesaing
- Sekolah
- Generasi masa depan
- Analis dan Media
- Alumni (Mantan Karyawan)
- Pusat penelitian
- Setiap orang



Tantangan yang Dihadapi dalam Mengelola Stakeholder

Isu

Owner, Investors, or Other Financial Supporters

Isu utama dalam kategori ini adalah kesehatan finansial yang dapat dilihat melalui laporan keuangan perusahaan.

Employees

Beberapa isu yang dapat mempengaruhi hubungan antara perusahaan dengan karyawan antara lain lingkungan kerja, gaji dan upah, dsb.

Customers, Clients, Or Patrons

Kualitas produk atau jasa yang dihasilkan berkaitan dengan baik atau buruknya interaksi perusahaan dengan Customers, Clients, atau Patrons.

Community

Isu yang berhubungan dengan lingkungan (seperti pencegahan polusi) dan masyarakat (seperti donasi).

Solusi

Owner, Investors, or Other Financial Supporters

Memberikan informasi keuangan yang transparan dan akuntabel kepada stakeholder

Employees

Perusahaan perlu memperhatikan karyawannya, sehingga tidak muncul permasalahan yang mampu mengganggu kinerja karyawan.

Customers, Clients, Or Patrons

Karyawan meningkatkan performanya dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Community

Perusahaan juga perlu untuk menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar, maupun masyarakat secara keseluruhan.

Unpacking the impact of social media analytics on customer satisfaction: do external stakeholder characteristics matter?

Yichuan Wang, PhD; Minhao Zhang, PhD; dan Hing Kai Chan, PhD

● ● ● **LATAR BELAKANG**

Perusahaan memanfaatkan Social Media Analysis (SMA) untuk memenuhi permintaan pelanggan agar timbul Customer Satisfaction (CS). Dengan adanya kasus-kasus keberhasilan dan kegagalan dalam pemanfaatan SMA, membuktikan bahwa SMA memiliki peran dalam mencapai CS. Namun, bukti empiris mengenai dampak SMA pada CS masih terbilang langka serta banyak yang turut mempertanyakan manfaat menggunakan SMA. Apakah SMA dapat meningkatkan CS secara umum masih menjadi pertanyaan. Kemudian, literatur mengenai peran stakeholder dalam SMA juga belum ditemukan, padahal nilai analitik suatu perusahaan sebagian besar ditentukan oleh stakeholder eksternal: mitra bisnis, pesaing, dan pelanggan (Grover et. al, 2018; Park et. al, 2017).

● ● ● **RUMUSAN MASALAH**

Mengevaluasi secara empiris apakah dampak SMA pada CS bergantung pada karakteristik stakeholder eksternal yang berbeda, termasuk mitra bisnis (keragaman mitra), pesaing (kompetisi lokal), dan pelanggan (keterlibatan pelanggan).

● ● ● HASIL PENELITIAN

- SMA memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan. SMA menyediakan sarana bagi perusahaan untuk mendapat data pasar dan wawasan pelanggan; SMA berpotensi mengubah data media sosial menjadi wawasan penting dalam peningkatan CS
- Rendahnya keragaman kolaborasi mitra bisnis dapat menciptakan lebih banyak potensi nilai SMA
- Dalam lingkungan yang sangat kompetitif, SMA akan lebih efisien dalam meningkatkan CS. Sebaliknya, dalam lingkungan yang kurang kompetitif perusahaan akan kurang memperhatikan pengembangan kemampuan analitis mereka, termasuk dalam penggunaan SMA.
- Keterlibatan perusahaan lebih rendah di media sosial tetapi memiliki tingkat SMA tinggi pada jaringan mitra serta dapat menanggapi lingkungan yang kompetitif tidak menghasilkan kepuasan pelanggan yang baik, maka dari itu keterlibatan pelanggan yang lebih tinggi menandakan popularitas perusahaan.



KETERKAITAN DENGAN TOPIK PRESENTASI

- Stakeholder merupakan pihak-pihak yang pihak yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan dari bisnis secara keseluruhan atau akan terpengaruh oleh usaha dan dapat mempengaruhi tapi yang tidak terlibat secara langsung dengan melakukan pekerjaan. Penelitian analisis imbas SMA terhadap CS ini menunjukkan bahwa stakeholder (mitra bisnis, pesaing, dan pelanggan) memiliki peran dan pengaruh dalam jalannya suatu perusahaan.
- Selain itu diversitas stakeholder eksternal (diversitas mitra tinggi/rendah, persaingan lokal tinggi/rendah, keterlibatan pelanggan tinggi/rendah) juga memiliki dampak yang berbeda pada perusahaan, terutama dalam penelitian ini yang disorot adalah kepuasan pelanggan yang dianalisis dari penggunaan SMA.

Mediation Effect of Stakeholder Management Between Stakeholder Characteristics and Project Performance

Nguyen, TS, Mohamed, S

● ● ● LATAR BELAKANG

Effective Stakeholder Management (ESM) adalah faktor penentu keberhasilan proyek. Diakui secara luas bahwa proyek gagal mencapai biaya awal, jadwal, dan kepuasan Stakeholder. Salah satu faktor kegagalan proyek adalah kompleksitas yang membuat proyek sulit diselesaikan dan membutuhkan upaya besar untuk mengatasi masalah.

ESM harus mempertimbangkan pengaruh stakeholder satu sama lain melalui interaksi kompleks dan berpotensi saling bergantung. Manajer perlu memilih strategi yang tepat untuk menangani masalah dan perubahan yang signifikan.

● ● ● RUMUSAN MASALAH

1. Menyelidiki hubungan antara Stakeholder karakteristik dan kinerja proyek.
2. Menyelidiki efek mediasi ESM pada hubungan antara Stakeholder karakteristik dengan kinerja proyek.

● ● ● HASIL PENELITIAN

1. Analisis validitas dan reliabilitas

Menyelidiki struktur yang mendasari kinerja proyek, kekuatan Stakeholder, SI yang saling bertentangan, respons tangkas terhadap perubahan, pelingkupan adaptif, dan keterlibatan Stakeholder.

2. Efek mediasi ESM

a. Perilaku yang sah

Penelitian menunjukkan bahwa LB berdampak negatif pada kemampuan untuk mencapai ukuran PP baik kuantitatif dan kualitatif. Selain itu, ESM sebagian memediasi hubungan antara LB dan kemampuan untuk mencapai ukuran PP kualitatif.

b. Perilaku mendukung

Hasil menunjukkan bahwa ESM sepenuhnya memediasi hubungan antara SB dan kemampuan untuk mencapai ukuran PP kualitatif.

c. Perilaku menentang

OB berpengaruh negatif terhadap PP kuantitatif. Selanjutnya ESM sepenuhnya memediasi hubungan antara OB dan PP kualitatif.

d. Kepentingan Stakeholder yang bertentangan

SI bertentangan mempengaruhi secara negatif pada kemampuan untuk mencapai ukuran PP. ESM memediasi sebagian hubungan antara SI yang bertentangan dan kemampuan untuk mencapai ukuran PP kualitatif.



KETERKAITAN DENGAN TOPIK PRESENTASI

ESM adalah faktor penentu dalam keberhasilan suatu proyek. Pentingnya stakeholder adalah untuk mendukung organisasi dalam mencapai tujuan strategisnya. Tujuan utama SM adalah menyelesaikan proyek tepat waktu dan sesuai anggaran dengan menjaga kualitas maka korelasi antara SM dan Project Performance (PP) tidak boleh diabaikan. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa terdapat 4 efek ESM yang digunakan untuk memediasi, yaitu perilaku yang sah, perilaku mendukung, perilaku menentang, dan kepentingan stakeholder yang bertentangan. Oleh karena itu, untuk dapat memaksimalkan penggunaan ESM dalam memediasi suatu proyek dibutuhkan pemilihan strategi yang tepat oleh manajer. Dibutuhkan pendekatan sistematis dan keterampilan manajemen proyek yang tepat untuk mengelola kinerja proyek Stakeholder.

Exploring the Relationship between Stakeholder Characteristics and Project Performance

Tuan Son Nguyen dan Sherif Mohamed

● ● ● LATAR BELAKANG

Memahami karakteristik pemangku kepentingan, termasuk kekuatan dan kepentingan pemangku kepentingan, memainkan peran penting dalam mengelola pemangku kepentingan, terutama dalam konteks proyek yang kompleks. Jaringan pemangku kepentingan yang memiliki kekuatan dan kepentingan yang berbeda dapat mengakibatkan proses pengambilan keputusan yang kompleks, yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja proyek.

● ● ● RUMUSAN MASALAH

Mengkaji dampak kekuatan pemangku kepentingan(SP) dan kepentingan pemangku kepentingan(SI) pada kinerja proyek(PP), dengan penekanan khusus pada dampak ini dalam konteks proyek yang komplek (CP) dan proyek yang tidak komplek (non-CP).

● ● ● HASIL PENELITIAN

- Pada kasus non-CPs, bobot regresi untuk SP dan SI dalam prediksi PP tidak berbeda nyata secara statistik pada level .05 (.nilai masing-masing adalah .77 dan .74). Namun, dalam konteks CP, bobot regresi untuk SP dalam prediksi PP berbeda pada .nilai. 057. Bobot regresi untuk SI dalam prediksi PP tidak berbeda nyata pada taraf 0,05 (= 0,63).
- Hubungan antara (1) SP; (2) SI dan dua kriteria PP (1) kinerja kuantitatif proyek (PPQn); (2) kinerja kualitatif proyek (PPQl). SI berpengaruh negatif signifikan terhadap PPQn baik di CP maupun non-CP.
- Kesamaan hubungan antara SP dan (1) PPQl; (2) PPQn di CP dan non-CP. SP berpengaruh negatif signifikan terhadap PPQl di CP maupun non-CP. Namun, tidak ada dampak signifikan yang diamati antara SP dan PPQn dalam kedua skenario.
- Pada non-CPs terdapat korelasi yang signifikan antara SP dan SI (0,98) dengan kovarians antara SP dan SI berbeda nyata dengan nol pada taraf 0,001 (two-tailed). Namun, dalam konteks CPs, kovarians antara SP dan SI tidak berbeda secara signifikan dari nol pada tingkat 0,05 (= .26) (dua ekor).

● ● ● KESIMPULAN

Pada non-CPs, terdapat korelasi yang signifikan antara SP dan SI. Namun, tidak ditemukan korelasi yang signifikan antara SP dan SI dalam konteks CP. Di CP, SP berdampak negatif pada PP. Sebaliknya, pada non-CPs, tidak ada hubungan yang signifikan antara (1) SP dan (2) SI; dan PP.

SP memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PPQldan tidak berpengaruh signifikan terhadap PPQndi CP dan nonCP. Kesamaan, SI berpengaruh signifikan terhadap PPQndi kedua jenis proyek.



KETERKAITAN DENGAN TOPIK PRESENTASI

Stakeholder adalah pihak-pihak baik secara individual, kelompok, maupun organisasi yang mungkin mempengaruhi atau dipengaruhi oleh keputusan, aktivitas, dan hasil dari suatu proyek. Stakeholder dapat terlibat secara aktif di proyek atau memiliki kepentingan yang dapat berupa hasil yang positif atau negatif terhadap kinerja atau penyelesaian proyek. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan stakeholder dan kepentingan stakeholder memiliki korelasi pada kinerja proyek baik di konteks proyek yang kompleks maupun proyek yang tidak kompleks. Pada non-CPs, terdapat korelasi yang signifikan antara SP dan SI. Namun, tidak ditemukan korelasi yang signifikan antara SP dan SI dalam konteks CP.