

MAKALAH
KARAKTERISTIK PEMANGKU KEPENTINGAN



Disusun Oleh:

Anisa Nurchasanah	(19808141010)
Lia Febriyanti	(19808141028)
Anindia Ariska Mentari	(19808141034)
Charis Umam Riyanto	(19808141113)
Ari Kartika Dwijayanti	(19808141122)

MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2021

A. Latar Belakang

Istilah *Stakeholders* atau dinamakan pemangku kepentingan adalah kelompok atau individu yang dukungannya diperlukan demi kesejahteraan dan kelangsungan hidup organisasi. Pemangku kepentingan adalah seseorang, organisasi atau kelompok dengan kepentingan terhadap suatu sumberdaya alam tertentu (Brown et al 2001). Pemangku kepentingan mencakup semua pihak yang terkait dalam pengelolaan terhadap sumberdaya. Dalam bisnis, sangat perlu untuk memahami karakteristik para pemangku kepentingan karena bisa menjadi bahan pertimbangan bagi sebuah bisnis dalam memutuskan berbagai hal menyangkut pengembangan bisnisnya. Misalnya saja, informasi terkait rencana bisnis ke depan, apakah sebaiknya diinformasikan atau tidak. Jika diinformasikan, ada potensi diketahui pihak kompetitor dan berisiko ditiru. Namun, jika tidak diinformasikan, konsumen dalam hal ini masyarakat tidak akan melihat perusahaan tersebut memiliki rencana ke depan. Dalam kegiatan bisnis pula, fungsi pemangku kepentingan adalah sebagai pihak yang mengembangkan bisnis tersebut. Tipe-tipe pemangku kepentingan pun beragam, Bahkan, ada anggapan beberapa *stakeholder* adalah pesaing bagi perusahaan lainnya karena memengaruhi stabilitas perusahaan lainnya.

Pengaruh para pemangku kepentingan dalam bisnis ialah membantu membuat suatu kebijakan, aturan, atau proyek agar sesuai dan tercapai dengan arah pengembangan sebuah bisnis atau dengan kata lain untuk bertujuan mengembangkan bisnis. Dalam bisnis, para pemangku kepentingan memiliki pengaruh seperti pemegang saham dan pemilik berperan sebagai penyedia modal dalam perusahaan agar operasional berjalan. Mereka sebagai *stakeholder* adalah pengawas yang mengamati kinerja bawahannya. Pegawai yang menjadi faktor penentu kinerja suatu bisnis. Itu sebabnya mereka juga menjadi pemangku kepentingan. Supplier atau pemasok turut memengaruhi kinerja perusahaan sehingga mereka juga turut menjadi pemangku kepentingan. Konsumen berperan juga sebagai pemangku kepentingan karena mereka yang menggunakan produk kita dan menilainya. Bank adalah individu atau perusahaan yang memberikan bantuan modal untuk operasional sebuah bisnis. Pesaing atau kompetitor turut berperan dalam keputusan, kebijakan, dan proyek yang dijalankan. Pemerintah adalah pihak yang juga jadi pemangku kepentingan sebuah bisnis. Keputusan yang diambil pemerintah baik pusat maupun daerah turut memengaruhi kebijakan, keputusan, dan proyek yang akan dilaksanakan suatu bisnis. Secara umum, baik langsung maupun tidak

langsung, peran stakeholder adalah pengaruh dalam pergerakan suatu bisnis. Tanpa pemangku kepentingan ini, bisnis tidak akan terarah untuk mencapai tujuannya.

B. Kajian Pustaka

1. Karyawan/Anggota Organisasi sebagai Internal *Stakeholder*

Stakeholder merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Individu, kelompok, maupun komunitas dan masyarakat dapat dikatakan sebagai *Stakeholder* jika memiliki karakteristik seperti yang diungkapkan oleh Budimanta dkk, 2008 yaitu mempunyai kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan.

Pihak yang berkepentingan (*Stakeholders*) dalam perusahaan dapat terdiri dari :

- a. Pengusaha (Pemegang Saham) yang sehari-hari diwakili manajemen.
- b. Para pekerja dan serikat pekerja.
- c. Para pengusaha Pemasok.
- d. Masyarakat (konsumen).
- e. Perusahaan Pengguna.
- f. Masyarakat sekitar.
- g. Pemerintah.

Salah satu pihak yang memiliki kepentingan utama atau *Stakeholder* dalam organisasi bisnis ataupun dalam perusahaan adalah karyawan, dimana karyawan merupakan orang yang diangkat dan ditugaskan untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Kinerja perusahaan sangat bergantung pada kinerja seluruh karyawan, baik secara individu maupun secara kelompok.

2. Pengguna/customer

Customer atau pelanggan adalah orang atau sekelompok orang yang merupakan pengguna akhir produk atau jasa yang dihasilkan dalam suatu sistem sosial Dengan mengidentifikasi pelanggan, perusahaan akan lebih fokus dalam memberikan produk dan jasa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan mereka. Oleh karena itu perusahaan

memiliki kepentingan utama untuk mengidentifikasi individu yang menggunakan produk dan jasa mereka (pelanggan, pesaing dan konsumen).

Suatu perusahaan tidak akan bertahan lama tanpa ada seorang customer. Customer merupakan target dari suatu perusahaan untuk menjualkan hasil produksinya. Untuk menarik seorang customer, suatu perusahaan harus menyediakan produk dan layanan yang terbaik serta harga yang bersahabat. Misalnya, suatu organisasi dapat memiliki kekuatan yang sangat baik, apalagi jika kondisi pelanggan tidak dapat memperoleh barang/jasa substitusi yang baik pula.

3. Lingkungan dan Pemerintah

Lingkungan perusahaan adalah keseluruhan dari faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi perusahaan baik organisasi maupun kegiatannya. Pada dasarnya lingkungan perusahaan dibedakan menjadi :

Lingkungan eksternal perusahaan yang berpengaruh tidak langsung terhadap kegiatan perusahaan.

Lingkungan eksternal perusahaan dapat dibedakan menjadi :

a. Lingkungan eksternal makro. Dimana lingkungan eksternal makro adalah lingkungan eksternal yang berpengaruh tidak langsung terhadap kegiatan usaha.

Contoh :

- Keadaan alam : SDA, lingkungan.
- Politik dan hukum : kehidupan operasional perusahaan sangat terpengaruh oleh politik dan hukum Negara dimana perusahaan berada : menciptakan.
- Hukum
- Perekonomian
- Pendidikan dan kebudayaan
- Sosial dan budaya
- Kependudukan
- Hubungan internasional.

Lingkungan eksternal mikro. Lingkungan eksternal mikro adalah lingkungan eksternal yang pengaruh langsung terhadap kegiatan usaha. Contoh :

- Pemasok / supplier : yang menunjang kelangsungan operasi perusahaan.

- Perantara, misalnya distributor, pengecer yang berperan dalam pendistribusian hasil-hasil produksi ke konsumen.
- Teknologi : yang berkaitan dengan perkembangan proses kerja, peralatan metode, dll.
- Pasar, sebagai sasaran dari produk yang dihasilkan perusahaan.

b. Lingkungan Internal

Adalah faktor-faktor yang berada dalam kegiatan produksi dan langsung mempengaruhi hasil produksi.

Contoh:

- Tenaga kerja
- Peralatan dan mesin
- Permodalan (pemilik, investor, pengelolaan dana)
- Bahan mentah, bahan setengah jadi, pergudangan
- System informasi dan administrasi sebagai acuan pengambilan keputusan.

4. Pemegang Saham, Investor, Kreditor

Pemerintah memiliki arti sistem menjalankan wewenang dan kekuasaan mengatur kehidupan sosial, ekonomi, dan politik suatu negara atau bagian-bagiannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemerintah merupakan sebuah organisasi yang memiliki tugas dan fungsi untuk mengelola sistem pemerintah dan menetapkan kebijakan untuk mencapai tujuan negara. Berikut adalah pengertian pemerintah menurut beberapa ahli :

- Suradinata

Pemerintah adalah organisasi yang memiliki kekuatan besar di negeri ini, termasuk urusan publik, teritorial, dan urusan kekuasaan dalam rangka mencapai tujuan negara.

- H Muhammad Rohidin Pranadjaja

Dalam bukunya yang berjudul “Hubungan antara instansi pemerintah”, gagasan Pemerintah menjelaskan bahwa “Istilah ini berasal dari Pemerintah kata perintah, yang berarti kata-kata yang bermaksud disuruh melakukan sesuatu, sesuatu harus dilakukan. Pemerintah adalah orang, badan atau aparat dihapus atau memberi perintah “. (Pranadjaja, 2003: 24)

a. Pemegang saham

Pemegang saham (shareholder atau stockholder), adalah seseorang atau badan hukum yang secara sah memiliki satu atau lebih saham pada perusahaan. Para pemegang saham adalah pemilik dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang terdaftar dalam bursa efek berusaha untuk meningkatkan harga sahamnya. Konsep pemegang saham adalah sebuah teori bahwa perusahaan hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang sahamnya dan pemiliknya, dan seharusnya bekerja demi keuntungan mereka.

Pemegang saham diberikan hak khusus tergantung dari jenis saham, termasuk hak untuk memberikan suara (biasanya satu suara per saham yang dimiliki) dalam hal seperti pemilihan dewan direksi, hak untuk pembagian dari pendapatan perusahaan, hak untuk membeli saham baru yang dikeluarkan oleh perusahaan, dan hak terhadap aset perusahaan pada saat likuidasi perusahaan. Apa saja hak-hak para pemegang saham atau Stockholder Rights?

b. Investor

Investor adalah orang perorangan atau lembaga baik domestik atau non domestik yang melakukan suatu investasi (bentuk penanaman modal sesuai dengan jenis investasi yang dipilihnya) baik dalam jangka pendek atau jangka panjang. Terkadang istilah "investor" ini juga digunakan untuk menyebutkan seseorang yang melakukan pembelian properti, mata uang, komoditi, derivatif, saham perusahaan, ataupun aset lainnya dengan suatu tujuan untuk memperoleh keuntungan dan bukan merupakan profesinya serta hanya untuk suatu jangka pendek saja

c. Kreditor

Kreditor adalah pihak yang berani/mau meminjamkan uangnya ke bisnis kita setelah melihat kinerja (performance) bisnis kita termasuk pengurus perusahaannya dan berharap pemilik/pengurus perusahaan bisa mengembalikan utangnya sesuai dengan jangka waktu yang disepakati. Jadi, seorang kreditor adalah orang yang kerjanya meminjamkan uang kepada pihak lain dan meminta pengembalian pokok plus margin keuntungan dari pokok pinjaman, gak peduli bisnisnya untung atau rugi.

Contoh paling gampang dari kreditor adalah bank. Mau bisnis kita untung atau rugi, ya namanya cicilan tetap harus dibayar.

C. Isu Utama dalam Berinteraksi dengan *Stakeholder*

1. Tidak valid (hubungan tidak valid)

Dalam hubungan semacam ini, perusahaan sangat yakin bahwa mereka dapat mengambil dan mengambil keputusan secara sepihak tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap pihak lain.

2. Reactivity (hubungan reaktivitas)

Dalam hubungan ini, perusahaan cenderung mempertahankan diri dan hanya bertindak ketika dipaksa untuk melakukan sesuatu.

3. Proaktif (hubungan proaktif)

Dalam hubungan seperti ini, perusahaan cenderung mengantisipasi berbagai kepentingan *Stakeholders*. Hal seperti ini biasanya melibatkan suatu departemen dalam perusahaan yang fungsinya mengidentifikasi isu-isu yang menjadi kepentingan tertentu para pemangku kepentingan. Namun, kepedulian mereka dan pemangku kepentingan hanya dilihat sebagai masalah yang harus diselesaikan, bukan sebagai sumber keunggulan kompetitif.

4. Interaksi (hubungan interaktif)

Dalam hubungan semacam ini, metode yang diterapkan oleh perusahaan adalah perusahaan perlu menjalin hubungan yang berkelanjutan dengan para pemangku kepentingan, seperti saling menghormati, saling percaya dan saling terbuka. Dengan cara ini, perusahaan akan menganggap bahwa dirinya memiliki hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan dan akan menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan

D. Solusi

Solusi dalam menangani isu permasalahan interaksi dengan *Stakeholder*. Solusi tersebut ialah dengan menyelaraskan kebutuhan *Stakeholder* dengan strategi organisasi. Dengan terselaraskannya kebutuhan *Stakeholder* dengan strategi organisasi, maka akan tercipta win-

win solution. Dalam menyelaraskan kebutuhan *Stakeholder* dengan strategi organisasi dapat dilakukan melalui analisis terlebih dahulu untuk mengidentifikasi siapa saja *Stakeholder* yang terlibat dengan perusahaan baik internal maupun eksternal. Setelah mengetahui pihak-pihak yang menjadi *Stakeholder* perusahaan, selanjutnya adalah mengidentifikasi kebutuhan *Stakeholder* kemudian mengklasifikasikannya dengan menggunakan pemetaan *Stakeholder* (*Stakeholder mapping*).

Dengan menggunakan *Stakeholder mapping*, perusahaan dapat merancang jenis partisipasi *Stakeholder* yang bisa dilakukan. Perusahaan juga dapat mengetahui hubungan berbagai jenis *Stakeholder* berkaitan dengan berbagai isu kebijakan dan bagaimana *Stakeholder* tersebut berhubungan satu dengan yang lain. Tujuannya adalah untuk mengetahui kerjasama dan kemungkinan konflik antar *Stakeholder*. Selain itu, perusahaan juga dapat menilai dan menentukan siapa *Stakeholder* yang dinilai penting untuk perusahaan. Setelah mengetahui peran-peran *Stakeholder*, perusahaan dapat mengambil keputusan untuk memprioritaskan, mensinkronkan, dan menyeimbangkan *Stakeholder* untuk memaksimalkan peranan para *Stakeholder* dan menciptakan “the winning coalition”

E. Referensi

<http://id.beritasatu.com/home/untuk-bisnis-anda-apa-bedanya-investor-dan-kreditor/55>
<http://johnjelly.blogspot.com/2009/10/pengertian-investor.html>
<https://www.dictio.id/t/apa-saja-hak-hak-para-pemegang-saham-atau-stockholder-rights/3654>
<http://nindaariza-pengantarbisnis.blogspot.com/2016/10/lingkungan-perusahaan.html>
<https://accounting.binus.ac.id/2019/05/14/memahami-konsep-pemangku-kepentingan-Stakeholder-dalam-perusahaan/>
<https://www.google.com/amp/s/www.jojonomic.com/blog/Stakeholders/>
<http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2017-04/S58372-Made%20Diah%20Ayu%20Maitriwaruni#:~:text=Stakeholder%20mapping%20membantu%20perusahaan%20untuk,Stakeholders%20terhadap%20keberlanjutan%20bisnis%20perusahaan>
<https://www.prindonesia.co/detail/1409/Esensi-Stakeholders-Mapping>

<https://www.kebijakankesehatanindonesia.net/3910-modul-3-pemetaan-pemangku-kepentingan-Stakeholders-mapping>

<https://lifepal.co.id/media/stakeholder/>