

MAKALAH

STAKEHOLDERS CHARACTERISTICS

Disusun untuk memenuhi salah satu tugas Mata Kuliah MSDM Strategik

Dosen Pembimbing: Setyabudi Indartono, Ph.D



Disusun Oleh :

Erlinda Iswandari (19808141052)

Veda Faustina Vashti (19808141074)

Laila Hartanti (19808141077)

Juwita Putri Oktaviana (19808141078)

Cantika Rizka Khoirunnisa (19808141079)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

2021

A. Latar Belakang

Pemangku Kepentingan (*stakeholders*) merupakan seluruh orang dan kelompok yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Menurut James (1999), mereka dapat dipengaruhi oleh keputusan, kebijakan dan operasi suatu perusahaan. Pemangku kepentingan dapat berupa karyawan dalam perusahaan, pemerintah, pelanggan, pemasok, kreditor, komunitas, serikat pekerja, dan pemilik usaha. Setiap pemangku kepentingan memiliki peran dan pengaruh mereka masing-masing terhadap perusahaan. Pemangku kepentingan memiliki pengaruh yang cukup besar bagi perusahaan karena segala sesuatu yang dihasilkan dan dilakukan oleh masing-masing bagian dari stakeholder akan saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya.

Memahami karakteristik pemangku kepentingan merupakan hal yang penting. Hal ini dikarenakan tiap pemangku kepentingan menyangkut hal-hal yang berbeda dengan tingkat pengaruh terhadap perusahaan yang berbeda pula, sehingga dengan memahami karakteristik mereka, perusahaan dapat menentukan sikap maupun strategi atau kebijakan yang akan dilakukan dalam rangka untuk menjaga hubungan baik dan memahami kebutuhan pemangku kepentingan tersebut.

B. Kajian Pustaka

a. Karyawan

Karyawan merupakan salah satu asset perusahaan yang sangat berharga. Tanpa adanya karyawan, produksi tidak akan berjalan dengan lancar sesuai rencana yang telah ditentukan. Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan pasal 1 ayat 2 menyebutkan bahwa karyawan adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat, baik di dalam maupun di luar hubungan kerja. Sedangkan Hasibuan (2008) mendefinisikan bahwa karyawan adalah setiap orang yang bekerja dengan menjual tenaganya (fisik dan pikiran) kepada suatu perusahaan dan memperoleh balas jasa sesuai dengan peraturan dan perjanjian. Dari definisi tersebut, yang dimaksud dengan karyawan adalah orang-orang yang melakukan pekerjaan pada setiap bentuk usaha dengan menerima gaji atau upah.

b. Pelanggan

Adanya pelanggan tentunya tak lepas dari kualitas pelayanan karena faktor yang menentukan loyalitas pelanggan berasal dari kualitas pelayanan yang

diberikan oleh perusahaan. Semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka pelanggan akan semakin setia dengan produk atau jasa yang kita berikan. Menurut Nasution (2004:102) pelanggan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk suatu perusahaan. Sementara Lupiyoadi (2001:134) mendefinisikan pelanggan sebagai seorang individu yang secara continue dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan pelanggan adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa secara berulang kali untuk memuaskan keinginannya.

c. Lingkungan dan Pemerintah

Lingkungan alam dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan dan, melalui saluran seperti perubahan iklim, dapat berdampak pada perusahaan. (Boutilier, R. 2011). Menurut Starik (1995) agar lingkungan alam non-manusia dapat dan harus dimasukkan ke dalam manajemen pemangku kepentingan. Dia berpendapat bahwa ¹Lingkungan alam adalah bagian penting dari lingkungan bisnis. ²Konsep pemangku kepentingan lebih luas dari sekedar pertimbangan manusia/politik/ekonomi.³ Lingkungan alam dapat dengan mudah digabungkan ke dalam proses pengelolaan pemangku kepentingan ⁴ Memasukkan lingkungan akan membawa 'pendekatan yang lebih holistik, berorientasi pada nilai, fokus dan strategis untuk manajemen pemangku kepentingan'. Secara luas, pemangku kepentingan pemerintah mencakup semua warga negara. Tetapi seorang pemimpin pemerintahan yang sukses perlu menyeimbangkan kepentingan warga negara, legislatif, politik di puncak organisasi mereka, kelompok pengawas seperti inspektur jenderal, dan berbagai tekanan dan kelompok kepentingan yang terorganisir dan tidak begitu terorganisir.

d. Pemegang saham, investor, kreditor

Pemegang saham, investor dan kreditor dapat dimasukkan pemilik tetapi mereka juga bisa menjadi vendor luar yang biasanya memiliki hak atas informasi yang akurat dan tepat waktu seperti laporan keuangan biasa. Investor mungkin juga memiliki hak untuk menyetujui atau menolak keputusan besar seperti merger dan akuisisi.

C. Isu

Interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan merupakan kebutuhan penting bagi perusahaan. Melalui interaksi ini perusahaan dapat meningkatkan pemahaman akan kebutuhan pemangku kepentingannya. Permasalahan yang sering timbul dalam berinteraksi dengan *stakeholder* biasanya disebabkan oleh komunikasi yang kurang baik. Komunikasi yang dilakukan dengan para *stakeholder* harus berjalan dua arah, karena apabila komunikasi hanya berjalan satu arah akan terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan dan perencanaan di masa yang akan datang. Permasalahan dan konflik yang terjadi karena komunikasi harus diantisipasi dengan baik dan dengan system yang terstruktur karena jika masalah tersebut berhubungan dengan *stakeholder* maka dampaknya akan terjadi demo, mogok kerja, dan lain-lain yang nantinya akan berpengaruh pada citra perusahaan.

Selain komunikasi yang kurang baik, hubungan perusahaan yang tidak beretika biasanya cenderung merugikan *stakeholder*. Hal ini disebabkan pengelola perusahaan tersebut tidak memiliki integritas dan minat yang baik pada *stakeholder* secara keseluruhan yang membuat para *stakeholder* kehilangan kepercayaan pada perusahaan. Sebuah perusahaan pasti bermaksud untuk mendapat keuntungan semaksimal mungkin. Keuntungan yang maksimal ini sangat tergantung dari loyalitas *stakeholder* pada perusahaan.

D. Solusi

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, setiap perusahaan tentu akan melakukan interaksi dengan pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Diperlukan komunikasi yang baik agar interaksi antara perusahaan dengan para *stakeholder* dapat berjalan dengan lancar. Untuk menjalin komunikasi yang baik dan menguntungkan serta untuk mengatasi permasalahan yang sering timbul, perusahaan perlu melakukan beberapa hal berikut :

1. Setiap informasi perusahaan disampaikan melalui sistem yang terstruktur agar tidak terjadi kesalahan. Perusahaan dapat menggunakan website resmi perusahaan untuk menyampaikan berbagai informasi yang dapat diakses oleh para *stakeholder*.
2. Mengadakan rapat rutin yang melibatkan para *stakeholder*. Ini dilakukan agar terjalin komunikasi dua arah sehingga dapat mencegah terjadinya miskomunikasi.
3. Menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder* yaitu hubungan saling ketergantungan, saling mengisi, dan saling mendukung. Pelanggan membutuhkan

barang/jasa dari perusahaan, begitupun sebaliknya, perusahaan membutuhkan *feedback* dari apa yang telah mereka lakukan. Selain itu, perusahaan juga membutuhkan dukungan baik dari para *stakeholder*, tanpa terkecuali pelanggan, agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik.

4. Membangun kerjasama dengan para *stakeholder* dan memberikan kepuasan bagi pelanggan untuk menjaga citra perusahaan yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Boutillier, Robert. 2011. *A Stakeholder Approach to Issues Management (Strategic Management Collection)*, Business Expert Press.
- Hasibuan, M. S. P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- James E Post, Anne T. Lawrence dan James Weber (1999), *Business and Society*, Irwin McGrawHill, Singapore, hal.7
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.
- Minning, Lauren. 2021. *The 10 Types of Stakeholders That You Meet in Business*. Diakses di <https://www.activecampaign.com/blog/types-of-stakeholders> pada 8 April 2021
- Nasution, 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Diadit Media.
- Rosyidah, Muzaidatur. 2016. *Peran Stakeholder dalam Membangun Citra Perusahaan "EO SATUBASA"*. Ilmu Komunikasi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Starik, M. 1995. Should trees have managerial standing? Toward stakeholder status for non-human nature *Journal of Business Ethics*, Vol. 14 (3) : 207 - 217. Diakses di <https://link.springer.com/article/10.1007%2F00881435> pada 7 April 2021
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003. *Ketenagakerjaan*. 25 Maret 2003. Jakarta.