

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Stakeholder menjadi sebuah bagian integral dalam setiap perusahaan, tidak peduli jenis perusahaan tersebut, apakah bersifat *social enterprise* atau *commercial enterprise*. Pada masa sekarang muncul pemahaman *stakeholder engagement* yang menuntut perusahaan untuk dapat “menahan” *stakeholder* agar tidak mempengaruhi stabilitas performa perusahaan pada jangka panjang. Namun, tinjauan dari studi kasus proyek jalan tol Algeria milik Zidane et al. (2015), menyatakan bahwa ada beberapa kelompok *stakeholder* yang justru memberikan kontribusi negatif kepada proses keseluruhan sebuah perusahaan. Berdasarkan *research gap* tersebut, penulis menduga banyak perusahaan di kota Bandung, terutama klinik kesehatan yang kurang memahami konsep *stakeholder*, mengalami sentimen negatif dari para *stakeholder* sehingga menghasilkan ketidakstabilan jumlah klinik kesehatan yang sejatinya sangat dibutuhkan oleh masyarakat kelas menengah ke bawah.

Harrison et al. (2010, p. 58-74) menyatakan bahwa hubungan yang saling memercayai dengan *stakeholder* dapat memberikan pengertian bagaimana untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas bersamaan dengan membuat *stakeholder* tetap puas. Hasil yang didapatkan dapat berupa kompetisi yang bertambah, performa finansial dan penambahan imej perusahaan serta dapat menghindari gugatan hukum dari konsumen menurut Heikkurinen dan Bonnedahl (2013, p. 191-198). Konsep nilai bersama telah dideskripsikan oleh Porter dan Kramer (2011, p. 66) sebagai “menciptakan nilai ekonomis dalam cara yang sekaligus menciptakan nilai untuk

masyarakat dengan mengatasi keperluan dan tantangan yang ada. Bisnis harus dapat menghubungkan antara kesuksesan perusahaan dengan perkembangan sosial.”

Tabel 1. 1

Data pertumbuhan klinik kesehatan di Bandung

No	Tahun	Jumlah Klinik di Kota Bandung
1	2013	207
2	2014	130
3	2015	118
4	2016	154

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Tabel 1.1 menunjukkan turbulensi dari jumlah klinik kesehatan di kota Bandung. Penurunan terbesar terjadi pada tahun 2013 ke 2015, yaitu kota Bandung kehilangan 77 klinik kesehatan, atau hampir 40% dari jumlah klinik yang terdaftar. Dari tahun 2014 ke 2015, terdapat penurunan sekitar 10% jumlah klinik dari tahun 2014 hingga tahun 2015. Namun untuk tahun 2016, terdapat kenaikan dari tahun 2015 sejumlah 25% yang menandakan pertumbuhan jumlah *social entrepreneur* di kota Bandung.

Klinik KITA yang beralamat di jalan Pendawa nomor 8, kota Bandung adalah salah satu klinik kesehatan swasta di pusat kota Bandung yang sudah beroperasi lebih dari 10 tahun dan memfokuskan pelayanan kepada penduduk kurang mampu di sekitar klinik KITA. Klinik KITA terdiri dari 8 orang tenaga kerja, yang terdiri dari 2 orang dokter umum, 2 orang perawat dan 4 orang *staff* untuk membantu operasional sehari-hari. Klinik KITA adalah turunan dari divisi Pelayanan dan Misi Yayasan GKIm

(Gereja Kristen Immanuel). Maka dari itu, jajaran *stakeholder* Yayasan GKIm adalah pihak yang bertanggung jawab untuk membuat sebuah strategi manajemen yang spesifik dan berpegang terhadap strategi tersebut untuk mencapai misi jangka panjang dari klinik KITa. Freeman (1984, dikutip Ciglerova, 2015, p. 11) menyatakan bahwa sebuah perusahaan/yayasan yang mencoba untuk mencapai target-target yang ada tidak akan hanya berkonsentrasi terhadap tujuan dan keperluan perusahaan/yayasan, melainkan juga berkonsentrasi kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) sebagai kelompok yang diutamakan dalam sebuah perusahaan/yayasan.

Penelitian ini didasarkan teori *entrepreneurship* yang difokuskan terhadap *social entrepreneurship* (kewirausahaan sosial). Lasprogata dan Cotton (2003, p. 69) mendefinisikan *social entrepreneurship* adalah organisasi *nonprofit* yang menerapkan strategi kewirausahaan untuk menopang perusahaan tersebut secara finansial, dan menghasilkan dampak yang lebih besar pada misi sosial perusahaan tersebut. Thompson (2002, p. 413) menyatakan *social entrepreneurship* sebagai “manusia yang memiliki sikap pengusaha bisnis tetapi beroperasi dalam masyarakat. Mereka lebih bertindak sebagai pemelihara masyarakat dibandingkan pengusaha pada umumnya.” Dikarenakan tema utama dalam tesis ini adalah *entrepreneurship* atau kewirausahaan, penelitian ini sedikit menyinggung UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.) UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012, p. 2). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Terdapat

beberapa definisi yang didasarkan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Teori selanjutnya yang digunakan pada penelitian ini adalah teori pemangku kepentingan atau lebih dikenal dengan *stakeholder theory*. *Stakeholder* adalah seorang atau kumpulan orang dengan kekuatan untuk merespon, negosiasi dan menganti strategi masa depan dari sebuah organisasi (Eden dan Ackermann, 1998, p. 117). *Stakeholder theory* memungkinkan para manajer dari sebuah perusahaan/yayasan untuk berubah dari pendekatan berbasis organisasi menuju pendekatan berbasis jaringan menurut Nguyen dan Menzies (2010, dikutip Ciglerova, 2015, p. 11), yang pada akhirnya merubah pandangan manajer dari “mengatur kelompok *stakeholder* sedemikian rupa untuk memaksimalkan profit perusahaan/yayasan” menjadi “memerhatikan apa yang diinginkan oleh para *stakeholder* terhadap perusahaan/yayasan”.

Stakeholder engagement adalah turunan dari *stakeholder theory* yang menjelaskan tentang sebuah praktek organisasi untuk mengikutsertakan *stakeholder* dalam aktifitas perusahaan secara positif (Greenwood, 2007, p. 315). Hal ini menciptakan hubungan yang lebih intim antara *stakeholder* dengan perusahaan.

Penelitian acuan yang digunakan adalah jurnal milik Daria Mushka (2015) yang berjudul “*Creating Value for Corporate Sustainability: Stakeholder Engagement*”, yang memberikan pembahasan serta pengertian tentang dampak *stakeholder engagement* terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan. Teori mengenai *stakeholder engagement* masih belum mencapai pemufakatan mengenai memasukkan keterlibatan *stakeholder* dalam praktik keberlangsungan sebuah

perusahaan. Penelitian ini didukung oleh beberapa aspek dalam manajemen *stakeholder*, seperti identifikasi *stakeholder*, prioritas *stakeholder* dan guna *stakeholder* dalam hubungan dengan performa perusahaan.

Hasil dari penelitian Mushka (2015) adalah pemenuhan harapan para *stakeholder* adalah syarat mutlak untuk keberlanjutan sebuah perusahaan. Kepemimpinan yang bertanggung jawab, dan menjaga hubungan mutualisme antara pemimpin perusahaan dengan para *stakeholder* adalah syarat untuk mencapai tingkat pencapaian yang lebih tinggi akan peran bisnis di masyarakat. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul ***Social Entrepreneurship: Analisis Stakeholder Engagement (Studi Kasus pada Klinik KITa, Bandung)***.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana kondisi *stakeholder engagement* klinik KITa?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis dan mengetahui kondisi *stakeholder engagement* klinik KITa.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi

pengetahuan dan memperkaya studi kasus untuk mata kuliah kewirausahaan dan mata kuliah yang relevan dengan topik penelitian ini.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi pengetahuan dan memperkaya studi kasus untuk mata kuliah kewirausahaan dan mata kuliah yang relevan dengan topik penelitian ini.

