

Siapa Stakeholder yang Penting: Suatu Perspektif Teori Organisasi

by Riki Martusa

Submission date: 27-May-2025 10:57AM (UTC+0700)

Submission ID: 2685782571

File name: Siapa_Stakeholder_yang_Penting.pdf (881.21K)

Word count: 3223

Character count: 21749

SIAPA STAKEHOLDER YANG PENTING: SUATU PERSPEKTIF TEORI ORGANISASI

Riki Martusa⁷

Universitas Kristen Maranatha

Abstract

The theory of stakeholder has been pervaded in literature of management, especially in strategic management. The Principle of Who or What Really Counts is a tool to choose the parties of stakeholder who influence to the entity. However, the principle which is suggested by Freeman (1984) is very descriptive so that still confuse in solving the problem within the organizations. This article propose that The Principle of Who Really Counts can be explained from lens of organization theory. The attributes of stakeholder such as power, legitimacy and urgency in the term of agency theory, institutional theory and population ecology theory give a solution to organization to determine who or what really counts regarding the organization stakeholder. The illustration of real case from Gojek in Indonesia which redefine about who or what really counts regarding the stakeholder of organization. The attributes of stakeholder such as power, legitimacy and urgency can be useful to explain the illustration in different background. The case of Gojek can help to explain stakeholder theory through some attributes such as power, legitimacy and urgency. The dynamism of relationship among them makes Gojek management reprioritize who really counts.

Key words: pemangku kepentingan, kekuasaan, legitimasi, dan urgensi.

Abstrak

Teori Pemangku Kepentingan telah tersebar dalam literatur manajemen, khususnya manajemen strategik. Prinsip tentang siapa atau apa yang benar-benar penting adalah sebuah alat untuk memilih pihak-pihak dalam pemangku kepentingan yang mempengaruhi entitas tersebut. Namun prinsip yang dikemukakan oleh Freeman (1984) adalah sangat deskriptif sehingga prinsip tersebut masih membingungkan untuk memecahkan masalah dalam organisasi. Artikel ini menyatakan bahwa prinsip tentang siapa yang benar-benar penting dapat dijelaskan dari sudut pandang teori organisasi. Atribut-atribut dari pemangku kepentingan seperti kekuasaan, legitimasi dan urgensi dalam teori keagenan, teori institusional dan teori ekologi populasi memberikan solusi kepada organisasi untuk menentukan siapa atau apa yang benar-benar penting dari pemangku kepentingan organisasi. Ilustrasi kasus nyata dari gojek di Indonesia yang mendefinisi ulang tentang siapa atau apa yang benar-benar penting mengenai pemangku kepentingan dari organisasi. Atribut-atribut

⁷ Corresponding Author: Riki Martusa adalah mahasiswa Program Doktor Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada dan dosen tetap Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha. Email: riki.martusa3377@gmail.com.

dari pemangku kepentingan seperti kekuasaan, legitimasi dan urgensi bermanfaat untuk menjelaskan ilustrasi gojek dalam latar belakang yang berbeda-beda. Kasus Gojek dapat membantu menjelaskan teori pemangku kepentingan melalui atribut-atribut seperti kekuasaan, legitimasi dan urgensi. Dinamisme hubungan diantara mereka membuat manajemen gojek memprioritaskan ulang mengenai siapa yang benar-benar penting.

Kata kunci: *stakeholder, power, legitimation, and urgency.*

Prolog

Sebelum membahas topik tulisan ini, maka sebuah ilustrasi akan menjadi pengantarnya sebagai berikut:

Ilustrasi: kemunculan gojek yang berbasis aplikasi jaringan adalah suatu fenomena yang ilegitimasi dalam kaca mata regulasi transportasi yang berlaku di Indonesia pada tahun 2015. Pemakaian kendaraan bermotor untuk transportasi umum dalam mengangkut orang dan barang belum diatur secara regulasi ini menimbulkan kontroversi yang menyebabkan demonstrasi dari ojek dan taxi tradisional (yang tidak berbasis aplikasi jaringan). Oleh sebab itu, peranan pemerintah dalam memformulasikan ulang regulasi diperlukan untuk meredakan gejolak yang terjadi di dunia usaha transportasi tersebut. Pemerintah, khususnya bidang koordinator perhubungan merupakan salah satu pemangku kepentingan yang seharusnya dipertimbangkan oleh gojek sebagai regulator yang memiliki legitimasi (*legitimacy*) sekaligus kekuasaan (*power*) untuk mengatur regulasi mengenai transportasi. Namun tekanan kompetisi di segala bidang yang mendesak munculnya ide-ide baru bentuk kewirausahaan serta inovasi dalam kemajuan teknologi untuk mencari celah diantara regulasi yang sudah ada. Kerjasama antara pemilik modal dan pemilik ide berusaha mewujudkan ide baru tersebut dengan tujuan profitabilitas dan mendapatkan segmen pasar yang baru. Jadi siapakah pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang benar-benar penting bagi gojek? Apakah pemerintah yang diwakili menteri perhubungan atau pemilik atau konsumen atau karyawan?

Ilustrasi diatas telah memberikan gambaran mengenai adanya perbedaan definisi pemangku kepentingan baik dalam pemerintahan maupun dunia bisnis. *Principle of Who* atau *What Really Counts* yang dikemukakan oleh Freeman (1994) telah memberikan gambaran mengenai siapa pemangku kepentingan dari perusahaan

atau pemerintah di Indonesia? Kepada siapa manager seharusnya memberikan perhatian? Artikel ini melakukan kajian secara literatur review mengenai kasus gojek yang dianalisis dari sudut pandang pemangku kepentingan.

Identifikasi Pemangku Kepentingan

Mitchell, Angle & Wood (1997) mengidentifikasi pemangku kepentingan sebagai primer atau sekunder; pemilik atau nonpemilik. Berdasarkan ilustrasi dari gojek, pertanyaan yang muncul adalah apakah manajemen gojek seharusnya hanya memperhatikan pada pemilik sebagai pemberi modal atau karyawan sebagai sarana operasional yang vital atau mereka juga harus memperhatikan menteri perhubungan yang menerbitkan regulasi pemerintah yang mengaturnya dan menjaga standar transportasi di Negara Kesatuan Republik Indonesia ini? Tulisan ini bermaksud mengajukan solusi dari sudut pandang teori organisasi dengan atribut-atribut pemangku kepentingan seperti kekuasaan (*power*), legitimasi (*legitimacy*) dan urgensi (*urgency*).

Definisi pemangku kepentingan telah menjadi perdebatan diantara para cendekiawan mengenai siapakah mereka yang termasuk di dalamnya (Mitchell, et al., 1997). Berkaitan dengan siapa atau apa yang sesungguhnya penting (*Who or What Really Counts*) telah memicu kompetisi diantara definisi luas dan sempit dari pemangku kepentingan. Pada definisi yang lebih luas, Freeman (1984) menyatakan bahwa pemangku kepentingan adalah individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Sedangkan Clarkson (1994) menawarkan suatu definisi yang lebih sempit yaitu pemangku kepentingan sebagai penanggung risiko sukarela atau tidak sukarela. Pemangku kepentingan sukarela menanggung beberapa bentuk risiko sebagai hasil berupa modal, manusia atau keuangan, sesuatu yang bernilai yang diinvestasikan dalam bentuk suatu perusahaan. Pemangku kepentingan tidak sukarela diletakkan pada risiko sebagai hasil dari aktivitas perusahaan. Jadi tanpa elemen risiko, maka tidak ada kepentingan. Dalam hal ini, kepentingan hanya sesuatu yang dapat menjadi hilang. Oleh karenanya, penggunaan risiko untuk menyatakan kepentingan timbul menjadi suatu cara untuk menuju definisi pemangku kepentingan yang sempit yaitu mereka dengan klaim yang sah, tanpa mengabaikan kekuasaannya untuk mempengaruhi perusahaan atau legitimasinya

dari hubungan terhadap perusahaan. Pencarian legitimasi ini perlu untuk memahami seluruhnya lingkungan dari para pemangku kepentingan perusahaan serta menjadi kinerja yang kuat untuk dampak nyata dari kekuasaan dan desakan dari klaim para pemangku kepentingan.

Tinjauan pemangku kepentingan yang sempit berdasarkan pada realitas praktis dari sumber daya yang terbatas, perhatian dan waktu yang terbatas, dan kesabaran terbatas dari manajer berkaitan dengan kendala eksternal. Pada umumnya, tinjauan pemangku kepentingan yang sempit berusaha untuk mendefinisikan kelompok yang relevan dalam hal relevansi langsungnya kepada kepentingan ekonomi inti perusahaan. Tetapi definisi pemangku kepentingan yang luas dari Freeman (1994) tidak dapat diterima secara universal dalam bidang pemangku kepentingan yang sempit dalam cakupannya masing-masing. Oleh karena itu, pemangku kepentingan perlu untuk menetapkan atribut-atribut yang dapat dijadikan pertimbangan untuk menyortir mana yang merupakan pemangku kepentingan dan mana yang bukan pemangku kepentingan. Beberapa teori organisasi seperti keagenan (Jensen & Meckling, 1976), ketergantungan sumber daya (Pfeffer, 1981), kos transaksional (Williamson, 1975), populasi ekologi (Carroll & Hannan, 1989) dan institusional (DiMaggio & Powell, 1983) akan membantu memberikan penjelasan mengenai atribut-atribut pemangku kepentingan yang berkaitan dengan organisasi.

Tiga Atribut Kunci dari Pemangku Kepentingan

Teori keagenan, ketergantungan sumber daya dan kos transaksional secara khusus sangat membantu dalam menjelaskan mengapa kekuatan (*power*) bermain sebagai peran penting dalam perhatian manajer yang diberikan kepada pemangku kepentingan. Pusat masalah teori keagenan menunjukkan bagaimana pemilik (*principal*) dapat mengendalikan perilaku dari manajernya (*agen*) untuk mencapai kepentingannya daripada hanya kepentingan pribadi agen. Kekuasaan dari agen untuk bertindak dalam cara berbeda dari kepentingan pemilik dapat dibatasi dengan penggunaan insentif atau pengawasan (Jensen & Meckling, 1976) sehingga para manajer diekspektasikan untuk mengikuti pemangku kepentingan

yang mempunyai kekuasaan untuk memberi penghargaan dan/atau memberi sanksi kepada mereka.

Teori ketergantungan sumber daya menyatakan bahwa kekuasaan meningkat untuk mereka yang mengendalikan sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi sehingga menciptakan kekuasaan yang berbeda-beda diantara berbagai pihak (Pfeffer, 1981), dan hal itu mengkonfirmasi bahwa kepemilikan dari kekuasaan sumber daya membuat seorang pemangku kepentingan menjadi penting untuk manajer. Teori kos (*cost*) transaksi menyatakan bahwa kekuasaan meningkat untuk pelaku ekonomi yang berjumlah sedikit (*small numbers*) dengan keuntungan daya tawarnya akan mempengaruhi kondisi pengelolaan dan struktur perusahaan (Williamson, 1975, 1985). Dengan kata lain, pemangku kepentingan diluar perusahaan yang berpartisipasi dalam kumpulan kompetitif yang sangat kecil dapat meningkatkan kos transaksi terhadap sejauhmana tingkat penyerapan di dalam perusahaan yaitu kos hirarkhi yang lebih rendah daripada kos transaksi dari pasar yang gagal (G. R. Jones & Hill, 1988).

Tiga teori organisasi ini (keagenan, ketergantungan sumber daya, dan kos transaksi) mengajarkan kepada kita bahwa kekuasaan adalah variabel krusial dalam teori hubungan manajer dan pemangku kepentingan. Tetapi kekuasaan sendiri tidak dapat membantu untuk memahami seluruhnya kepentingan dalam hubungan manajer dan pemangku kepentingan. Ada pemangku kepentingan yang tidak memiliki kekuasaan namun berarti untuk perusahaan dan manajer. Oleh sebab itu, sarana lain untuk mengidentifikasi mengenai siapa atau apa yang benar-benar penting dari para pemangku kepentingan adalah diperlukan.

Teori organisasi lainnya seperti teori institusional dan teori ekologi populasi dapat membantu kita untuk memahami pengaruh krusial dari lingkungan atas organisasi, namun teori-teori tersebut kurang membantu untuk memahami atribut kekuasaan dalam hubungan manajer dan pemangku kepentingan. Tetapi dalam hal legitimasi, maka kedua teori organisasi tersebut sangat terkait dengan kelangsungan hidup (Carroll & Hannan, 1989; Meyer & Rowan, 1977). Dalam dunia yang dibentuk secara sosial dimana manajer terikat oleh pemangku kepentingan, maka teori institusional dan ekologi populasi menyatakan bahwa pemangku kepentingan yang sah adalah seseorang yang benar-benar penting. Dibawah teori institusional,

ilegitimasi menyebabkan tekanan *isomorphic* pada organisasi yang beroperasi diluar norma yang berterima (DiMaggio & Powell, 1983). Namun dibawah teori ekologi populasi, maka kurangnya legitimasi menyebabkan mortalitas organisasi (Carroll & Hannan, 1989). Jadi menurut dua teori ini, legitimasi sangat menggambarkan dalam membantu kita untuk mengidentifikasi pemangku kepentingan yang memperoleh perhatian manajemen. Namun menekankan pada legitimasi dan mengabaikan kekuasaan akan meninggalkan celah besar dalam skema identifikasi pemangku kepentingan, karena beberapa pemangku kepentingan yang sah tidak mempunyai kekuasaan. Misalnya, para pemegang saham minoritas memiliki legitimasi atas perusahaan namun mereka tidak memiliki kekuasaan untuk mengubah manajemen perusahaan karena hak suara mereka yang kecil.

Atribut terakhir yang sangat mempengaruhi persepsi dan perhatian manajerial walaupun bukan ciri utama dari setiap teori organisasi tertentu adalah implisit dalam masing-masing. Teori keagenan memperlakukan atribut ini dalam arti kontribusinya kepada kos, seperti menggunakan teori kos transaksi. Teori keperilakuan (Cyert & March, 1963) memperlakukan atribut ini sebagai konsekuensi dari aspirasi yang belum terpenuhi. Teori institusional, ketergantungan sumber daya, ekologi populasi memperlakukan atribut ini dalam arti tekanan diluar perusahaan. Atribut ini adalah urgensi, yaitu sejauh mana klaim dari pemangku kepentingan yang meminta perhatian segera.

Mendefinisikan Atribut-Atribut Pemangku Kepentingan

Power/kekuasaan. Definisi kekuasaan terkini berasal dari ide awal Weberian bahwa kekuasaan adalah probabilitas seorang pelaku dalam hubungan sosial akan berada dalam posisi untuk melakukan kehendaknya sendiri meskipun dirintangi (Weber, 1947). Pfeffer (1981) memparafrasakan definisi kekuasaan dari Dahl's (1957) sebagai suatu hubungan diantara para pelaku sosial yaitu seorang pelaku sosial, A, dapat memperoleh pelaku sosial lainnya, B, untuk melakukan sesuatu yang B akan selesaikan. Seperti Pfeffer dan Weber, Michell *et al.* (1997) berpendapat bahwa kekuasaan dapat menjadi rumit untuk mendefinisikan, tetapi tidak sulit untuk mengakui bahwa kemampuan dari mereka yang memiliki

kekuasaan untuk membawa hasil yang mereka inginkan (Salancik & Pfeffer, 1974). Hal ini mengarah kepada pertanyaan sebagai berikut: bagaimana kekuasaan digunakan, atau, secara alternatif, apa landasan dari kekuasaan?

Tipologi landasan kekuasaan dari French & Raven (1960) adalah suatu rerangka yang secara umum disitasi dalam literatur organisasi dalam menjawab pertanyaan ini selama tidak ada penyusunan logik pada pekerjaan untuk menciptakan kelompok-kelompok saling eksklusif dan menyeluruh suatu tipologi yang tulen. Etzioni (1964) menyatakan suatu logika untuk pengkategorian yang lebih tepat dari kekuasaan dalam menyusun organisasi, berdasarkan pada tipe dari sumber daya yang digunakan untuk menggunakan kekuasaan: *coersive power*, berdasarkan pada sumber daya fisik untuk tekanan, pelanggaran, atau penghambat; *utilitarian power*, berdasar pada sumber daya material atau keuangan; dan *normative power*, berdasar pada sumber daya simbolik.

Oleh karena itu, sejauh mana suatu pihak mempunyai atau dapat memperoleh mengakses keuntungan cara-cara koersif, utilitarian atau normatif, untuk memaksakan kehendaknya dalam hubungan tersebut.

Legitimasi. Gagasan legitimasi mengacu kepada komposisi atau perilaku yang berterima dan berekspektasi secara sosial sering disandingkan secara implisit dengan kekuasaan ketika seseorang berusaha untuk mengevaluasi kondisi dari hubungan dalam masyarakat.

Menurut Weber's (1947) bahwa legitimasi dan kekuasaan adalah atribut berbeda yang dapat terkombinasi untuk menciptakan otoritas (didefinisikan oleh Weber sebagai penggunaan kekuasaan yang sah) tetapi dapat ada secara independen juga. Suatu entitas dapat sah berbeda di masyarakat, atau entitas dapat mempunyai klaim yang sah atas perusahaan tetapi jika entitas tidak mempunyai kekuasaan untuk memaksakan kehendaknya dalam hubungan tersebut atau suatu persepsi bahwa klaimnya adalah mendesak, maka entitas tidak dapat mencapai kepentingan untuk manajer perusahaan. Untuk alasan ini, Michell *et al.* (1997) berpendapat bahwa perhatian diberikan kepada legitimasi sebagai atribut dari hubungan pemangku kepentingan dan manager. Definisi legitimasi dari perspektif sosiologi menyatakan bahwa di dalam sistem sosial maka legitimasi dicapai dalam tingkat analisis yang beragam seperti individu, organisasi dan masyarakat.

Definisi ini menunjukkan bahwa legitimasi adalah manfaat sosial yang lebih besar dan lebih berbagi daripada hanya persepsi diri dan legitimasi didefinisikan dan dinegosiasikan dengan berbeda di berbagai tingkat organisasi sosial.

Urgensi. Michell *et al.* (1997) menyatakan bahwa menambahkan atribut urgensi dari pemangku kepentingan membantu menggerakkan model dari statis menjadi dinamis. Urgensi didefinisikan oleh kamus Merriam-Webster sebagai meminta perhatian segera atau mendesak. Menurut Michell *et al.* (1997), urgensi adalah ada hanya dalam dua kondisi sebagai berikut: (1) ketika suatu hubungan atau klaim dalam kondisi sensitif waktu dan (2) ketika hubungan atau klaim adalah penting atau kritis untuk pemangku kepentingan. Dengan demikian, serupa dengan deskripsi dari intensitas moral (T. M. Jones, 1993) sebagai suatu konstruk multidimensional, maka Michell *et al.* (1997) berpendapat bahwa urgensi berdasarkan pada dua atribut sebagai berikut: (1) sensitivitas waktu – sejauh mana manajerial menunda dalam memperhatikan klaim atau hubungan adalah tidak dapat diterima untuk pemangku kepentingan, dan (2) kekritisannya – pentingnya klaim atau hubungan untuk pemangku kepentingan. Michell *et al.* (1997) mendefinisikan urgensi sebagai sejauh mana klaim pemangku kepentingan meminta perhatian segera.

Michell *et al.* (1997) tidak menentukan mengapa pemangku kepentingan menilai hubungannya dengan perusahaan adalah kritis. Lalu Michell *et al.* (1997) juga tidak berusaha untuk memprediksi bahwa waktu akan menjadi esensi. Sebaliknya Michell *et al.* (1997) menangkap hasil atribut multidimensi seperti urgensi, menyandingkannya dengan atribut kekuasaan dan legitimasi serta mengajukan dinamisme dalam identifikasi sistematis dari pemangku kepentingan.

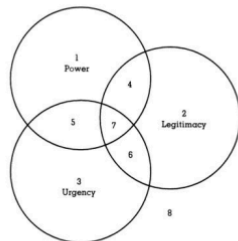
Pada ilustrasi di awal tulisan, gojek yang telah beroperasi dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak (*software*) melalui ponsel pintar telah menjadi berkembang dengan cepat sejalan dengan perkembangan teknologi informasi. Hal ini belum diatur dalam regulasi transportasi dari departemen perhubungan. Perkembangan pesat dari gojek telah menimbulkan desakan kepada pemerintah, khususnya departemen perhubungan untuk membuat regulasinya karena demonstrasi dari para ojek konvensional (tidak menggunakan aplikasi perangkat lunak). Kasus gojek ini telah menunjukkan adanya kombinasi atribut dari

kekuasaan, legitimasi dan urgensi dalam hubungan manajemen gojek dengan para pemangku kepentingannya seperti departemen perhubungan, para ojek konvensional dan pemilik.

Pengkategorian Pemangku Kepentingan

Michell *et al.* (1997) berpendapat bahwa definisi dari “*The Principle of Who or What Really Counts*” berlandaskan pada asumsi, pertama bahwa manajer yang ingin mencapai hasil tertentu memberikan perhatian khusus kepada berbagai kelompok pemangku kepentingan; kedua bahwa persepsi manajer mendikte kepentingan dari pemangku kepentingan; dan ketiga berbagai kelompok pemangku kepentingan dapat diidentifikasi berdasarkan pada kepemilikan atribut seperti kekuasaan, legitimasi dan urgensi. Michell *et al.* (1997) menganalisis kategorisasi dari pemangku kepentingan yang berasal dari berbagai kombinasi atribut sebagai berikut.

Gambar 1-1. Pengelompokan Kualitatif dari Pemangku Kepentingan



Sumber: Michell *et al.* (1997)

Kelompok yang berkepentingan rendah (wilayah 1, 2, dan 3) yang diistilahkan sebagai pemangku kepentingan laten yang diidentifikasi oleh kepemilikan hanya satu atribut. Pemangku kepentingan yang berkepentingan menengah (wilayah 4, 5, dan 6) diidentifikasi oleh kepemilikan dari dua atribut dan karena mereka adalah pemangku kepentingan yang mengekspektasi sesuatu serta disebut calon pemangku kepentingan. Kombinasi dari tiga atribut (termasuk relasi dinamis diantaranya) adalah mendefinisikan ciri dari pemangku kepentingan yang sangat penting (wilayah 7).

Pada kasus gojek, departemen perhubungan diidentifikasi sebagai pemangku kepentingan yang memiliki atribut kekuasaan sekaligus legitimasi disebut sebagai pemangku kepentingan yang dominan (Mitchell, et al., 1997). Departemen perhubungan memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan dari manajemen gojek, karena itu manajemen gojek harus memenuhi setiap persyaratan yang diajukan oleh departemen perhubungan serta agen-agen pemerintah lainnya yang berkaitan seperti ditjen pajak. Lalu para perkumpulan ojek tradisional yang protes karena mereka merasa kalah bersaing oleh manajemen gojek adalah pemangku kepentingan yang menuntut. Terakhir, pemilik dan para investor gojek merupakan pemangku kepentingan yang dominan karena mereka memiliki atribut kekuasaan dan legitimasi.

Penutup

Pengimplementasian yang efektif dari tiga atribut kunci pemangku kepentingan oleh manajemen organisasi tidak dapat terlepas dari sistem informasi manajemennya. Sistem informasi manajemen organisasi yang baik akan membuat aliran informasi dari lingkungan eksternal maupun internal kepada manajemen puncak organisasi terdistribusi dengan baik. Jadi prasyarat sistem informasi manajemen yang baik menjadi faktor kunci dari implementasi yang efektif dari analisis pemangku kepentingan tersebut.

Lalu faktor teknologi informasi juga akan menjadi penunjang bagi berlangsungnya sistem informasi manajemen yang baik. Misalnya, kecepatan aplikasi gojek untuk memberikan *feedback*/masukan kepada manajemen gojek menjadi faktor kunci dari manajemen untuk menanggapi secara cepat dan tepat mengenai perkembangan dinamis dari pemangku kepentingan.

Berdasarkan ulasan diatas, saya menyimpulkan bahwa analisis pemangku kepentingan⁸ bermanfaat untuk keberlangsungan dari suatu organisasi dalam menanggapi ancaman dari lingkungan eksternal maupun internal perusahaan secara efektif. Namun bagaimana sistem informasi manajemen yang baik dan teknologi informasi yang akurat dapat dilakukan oleh organisasi sehingga suatu perusahaan dapat berkompetisi dengan baik dengan perusahaan lainnya dalam

⁸ berdasarkan atas tiga atribut kunci yaitu, kekuasaan (*power*), legitimasi (*legitimacy*), dan urgensi (*urgency*).

perubahan lingkungan kompetisi yang dinamis. Lalu bagaimana suatu organisasi dapat mengimplementasikan sistem informasi manajemen dan teknologi informasi dengan baik dalam menunjang analisis pemangku kepentingannya?

Daftar Pustaka

- Carroll, G. R., & Hannan, M. T. (1989). Density Delay In The Evolution Of Organizational Population. *Administrative Science Quarterly*, 34(3), 411.
- Clarkson, M. B. E. (1994). *A risk based model of stakeholder theory*.
- Cyert, R. M., & March, J. G. (1963). *A Behavioral theory of the firm*: Prentice-Hall.
- Dahl, R. A. (1957). The concept of power. *Behavioral Science*, 2(3), 201-215.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- Etzioni, A. (1964). *Modern Organizations*: Prentice Hall
- Freeman, H. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R. E. (1994). The politics of stakeholder theory: Some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409.
- French, J. R. P., & Raven, B. (1960). The base of social power. In D. Cartwright & A. F. Zander (Eds.), *Group dynamics* (2nd ed ed., pp. 607-623). Evanston, IL: Row, Peterson.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Jones, G. R., & Hill, C. W. (1988). TRANSACTION COST ANALYSIS OF STRATEGY-STRUCTURE CHOICE. *Strategic Management Journal* (1986-1998), 9(2), 159.
- Jones, T. M. (1993). Ethical Decision Making by Individuals in Organizations: An Issue-Contingent Model. *The Academy of Management Review*, 16(2), 366-395. doi: 10.5465/AMR.1991.4278958

- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363. doi: 10.1086/226550
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. doi: 10.5465/AMR.1997.9711022105
- Pfeffer, J. (1981). *Power in organizations*. Marshfield, MA: Pitman.
- Salancik, G. R., & Pfeffer, J. (1974). The Bases and Use of Power in Organizational Decision Making: The Case of a University. *Administrative Science Quarterly*, 19(4), 453-473.
- Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organization*. New York: Weber, Max.
- Williamson, O. E. (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications* (First ed.). New York: Free Press A Division Macmillan Publishing Co. Inc.
- Williamson, O. E. (1985). *The Economic institution of capitalism*. New York: Free Press.

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH SUMATERA SELATAN
Palembang, 7 - 8 Nopember 2018



Siapa Stakeholder yang Penting: Suatu Perspektif Teori Organisasi

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	1%
2	repository.unair.ac.id Internet Source	1%
3	ejournal.unida.gontor.ac.id Internet Source	1%
4	scholarhub.ui.ac.id Internet Source	1%
5	www.scribd.com Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
7	Andrew Crane, Dirk Matten, Laura J. Spence. "Corporate Social Responsibility - Readings and cases in a global context", Routledge, 2019 Publication	<1%
8	media.neliti.com Internet Source	<1%
9	www.ronaldmitchell.org Internet Source	<1%
10	Benjamin A. Neville, Bulent Menguc. "Stakeholder Multiplicity: Toward an	<1%

Understanding of the Interactions between Stakeholders", Journal of Business Ethics, 2006

Publication

11

ibtpi.pelitaindonesia.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Siapa Stakeholder yang Penting: Suatu Perspektif Teori Organisasi

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13