

Analisis penerapan stakeholder engagement melalui stakeholder mapping: studi kasus pada spare part division perusahaan otomotif = Analysis on implementation of stakeholder engagement through stakeholder mapping: case study on spare part division of automotive company

Enggar Sukma Kinanthi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20449110&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis stakeholder beserta klasifikasinya pada Spare Part Division, yang merupakan salah satu divisi di sebuah perusahaan otomotif dan bertugas melaksanakan penjualan suku cadang, melalui stakeholder mapping. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis tujuan dan penerapan metode stakeholder engagement yang digunakan Spare Part Division untuk melibatkan stakeholder-nya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pihak Spare Part Division sebagai data primer dan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dari data market share, data penjualan suku cadang, dan informasi lain yang relevan dari publikasi yang dilakukan di media massa. Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa Spare Part Division memiliki 17 stakeholder yang memiliki 4 klasifikasi stakeholder yang berbeda-beda. Secara umum, Spare Part Division telah melakukan praktik metode stakeholder engagement yang sesuai dengan tujuannya, namun masih terdapat beberapa ketidaksesuaian. Melalui penelitian ini, penulis memberikan saran mengenai metode yang sebaiknya digunakan oleh Spare Part Division agar dapat melibatkan stakeholder-nya dengan lebih optimal.

<hr>

ABSTRACT

This study is aimed to analyze stakeholder and its classification on Spare Part Division, which is one of the divisions in an automotive company and it has responsibility to sell the spare part through stakeholder mapping. Beside, this study is also aimed to analyze the purpose and implementation of stakeholder engagement methods which Spare Part Division use to get its stakeholder to be involved. Research method used in this study is interview with the Spare Part Division management as the primary data and collecting data and information from market share, spare part sales data, and other relevant information from mass media publication. The analysis shows that Spare Part Division has done the implementation of stakeholder engagement methods appropriate with the purpose, but there are still some discrepancies in the implementation. There are some advices regarding to the methods that should be used by Spare Part Division so that it could involve its stakeholders optimally.