

## Identifikasi Kebutuhan Fungsional Perangkat TI pada Proses *Stakeholder Engagement*

Harry Fitriyanto, Geronimo Shah W. , Say Shio, Diana Wangsa Heryanto

*Universitas Prasetya Mulya, Cilandak Campus,*

*Jl. RA. Kartini (TB Simatupang), Cilandak Barat, Jakarta Selatan 12430*

**Keywords:**

*strategy execution services,  
stakeholder engagement,  
functional requirements,  
information technology tools,  
engagement experience*

**Kata kunci:**

*layanan strategy execution,  
stakeholder engagement,  
kebutuhan fungsional, perangkat  
teknologi informasi,  
pengalaman engagement*

**Corresponding author:**

*harry@gmail.com*

**ABSTRACT**

*The main purpose of strategy execution services is to assist companies in realizing business strategies in order to achieve the desired results. The main thing that supports the achievement of these goals is the support from each external stakeholder in each phase of stakeholder engagement. This study seeks to identify the functional requirements of information technology tools through the elaboration of strategy execution activities with the help of an engagement framework. The results of this study are very important to strengthen related services. In order to present comprehensive results, the author uses several study approaches: literature study, studies with qualitative and quantitative methods. The scope of external stakeholders involved is only national companies. This research succeeded in concluding in detail the functional requirements of information technology tools in each phase of stakeholder engagement. The advantages of stakeholder engagement and strategy execution services are also presented in this study.*

**ABSTRAK**

Tujuan utama dari layanan *strategy execution* yaitu untuk membantu perusahaan dalam merealisasikan strategi bisnis guna mencapai hasil yang diinginkan. Hal utama yang menunjang pencapaian tujuan tersebut yaitu adanya dukungan dari masing-masing *stakeholder* eksternal pada setiap fase *stakeholder engagement*. Penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi kebutuhan fungsional perangkat teknologi informasi melalui elaborasi kegiatan *strategy execution* dengan bantuan kerangka kerja *engagement*. Hasil studi ini sangat penting untuk menguatkan layanan terkait. Guna menyajikan hasil yang komprehensif, penulis menggunakan beberapa pendekatan studi: studi pustaka, kajian dengan metode kualitatif serta kuantitatif. Adapun lingkup *stakeholder* eksternal yang dilibatkan yaitu hanya perusahaan nasional. Penelitian ini berhasil menyimpulkan secara rinci kebutuhan fungsional perangkat teknologi informasi di setiap fase *stakeholder engagement*. Keuntungan dari *stakeholder engagement* dan layanan *strategy execution* juga disajikan dalam penelitian ini.

## PENDAHULUAN

Layanan *strategy execution* dikembangkan untuk membantu perusahaan memelihara fokus bisnis mereka dan menyelaraskan proses realisasi inisiatif stratejik guna mencapai hasil yang diinginkan. Layanan ini dilakukan dengan berbasis proyek atau diluar proses operasional, seperti mengembangkan produk/layanan/pasar baru. Adapun gabungan dari beberapa proyek disebut dengan program, serta rangkaian beberapa program disebut sebagai portofolio perusahaan. Layanan *strategy execution* yang sukses membutuhkan penyelarasan yang erat antara portofolio dengan strategi perusahaan.

Agar *strategy execution* berhasil, dukungan *stakeholder* terkait juga penting untuk didapatkan. Menurut Survei kelima *McKinsey Global* tentang *stakeholder engagement*, keterlibatan dengan *stakeholder* eksternal merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan pemimpin perusahaan [1]. Keikutsertaan *stakeholder* secara positif, mampu menyukseskan proses *engagement*, yang kemudian menunjang keberhasilan *strategy execution*. *Stakeholder engagement* harus diawali dengan memahami karakteristik pihak-pihak yang terlibat dalam siklus proyek. Proses pemahaman ini tidak cukup dilakukan dengan mengumpulkan informasi saja, melainkan harus diikuti dengan komunikasi dan interaksi dengan tiap *stakeholder*.

Dalam penelitian ini, penulis 1.) mengeksplorasi fase *engagement* dan 2.) mengidentifikasi kebutuhan fungsional perangkat teknologi informasi (TI) yang dapat menjembatani interaksi dengan *stakeholder* eksternal secara kolaboratif.

Penelitian ini disusun sebagai berikut. **Pertama**, latar belakang penelitian. **Kedua**, tinjauan literatur mengenai manajemen *engagement*, *customer engagement*, dan *stakeholder engagement*. **Ketiga**, uraian pertanyaan penelitian. **Keempat**, rincian metode penelitian yang terdiri atas tiga pendekatan utama. **Terakhir**, kesimpulan yang berisi rangkuman kebutuhan fungsional perangkat TI di tiap fase *engagement* untuk mengelola *stakeholder* eksternal.

## TINJAUAN LITERATUR

*Stakeholder* memiliki tiga definisi pada studi manajemen proyek [2]: (1) Sebagai entitas yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh proyek (2) Sebagai entitas yang berkepentingan pada hasil proyek; atau (3) Kombinasi dari dua definisi yang telah disebutkan. Setelah teridentifikasi, *stakeholder* dikategorikan berdasar peran dan kepentingan dalam proyek, seperti: 1.) pelanggan, 2.) pemilik proyek, 3.) sponsor proyek, dan 4.) anggota proyek.

Gambar 1 memetakan ragam *stakeholder* secara garis besar, sesuai dengan *stakeholder engagement* pada program manajemen pasokan [3]. Dalam gambaran tersebut, *stakeholder* eksternal dibagi menjadi tiga tingkatan guna mempresentasikan hubungan masing-masing kelompok dengan program yang dilakukan. Pemetaan ini berguna untuk mengidentifikasi kelompok *stakeholder* pada *strategy execution* secara agregat.



Gambar 1. Peta ragam stakeholder secara garis besar

Terkait *stakeholder engagement*, aktivitas ini dilakukan untuk mendapatkan keterlibatan *stakeholder* guna mencapai hasil yang diinginkan. Dalam lingkup *strategy execution*, *stakeholder* akan dilibatkan sejak perencanaann, implementasi, hingga pengelolaan proyek. Setiap *stakeholder* memiliki peran penting dalam mencapai tujuan pelaksanaan. Untuk menjaga keterlibatan *stakeholder*, aktivitas ini membutuhkan waktu, sumber daya, dan komitmen[4].

Gambar 2 mengilustrasikan fase *stakeholder engagement* yang dikembangkan perusahaan kami untuk memberikan layanan *strategy execution*. Dalam gambaran ini, penulis mengkategorikan fase *engagement* menjadi lima tingkatan untuk mengidentifikasi aktivitas utama mengelola hubungan dengan *stakeholder* eksternal.



Gambar 2. Fase stakeholder engagement

Dalam merumuskan pertanyaan penelitian secara lebih spesifik, berbagai penelitian terkait lingkup berikut telah ditinjau: *customer engagement*, *engagement management*, dan *stakeholder engagement* [5] [6] [7] [8] [9] [10] [11] [12]. Sesuai dengan hasil tinjauan, tidak ada pendekatan yang cocok untuk semua penerapan terkait *engagement*. Untuk memanfaatkan perangkat TI dalam mendukung *stakeholder engagement*, fitur yang ditawarkan harus disesuaikan berdasar sifat, lokasi, dan skala *engagement* [13].

### Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk mengeksplorasi kebutuhan fungsional perangkat pendukung *stakeholder engagement* guna memperkuat layanan *strategy execution*. Penelitian serupa yang pernah diadakan, membahas penggunaan perangkat visualisasi komunikasi dalam tahap *stakeholder engagement* di area pengelolaan perikanan [14]. Perangkat TI yang diterapkan di empat negara berbeda ini mampu mewakili komunikasi tatap muka 1.) antar individu dan 2.) dari individu ke banyak individu lainnya.

Pada penelitian ini, eksplorasi perangkat *stakeholder engagement* didasarkan pada fase *engagement*. Adapun ruang lingkup yang digunakan yaitu layanan *strategy execution* di

perusahaan nasional. Oleh karena itu, secara spesifik, pertanyaan penelitian ini yaitu: Apa kebutuhan fungsional utama yang dibutuhkan perangkat TI pada tahap *stakeholder engagement* guna mendukung layanan *strategy execution* di perusahaan nasional?

## METODE DAN TEMUAN PENELITIAN

### 1.1 Studi Pustaka Gambaran Metode

No	Web name	Product & Services	Captured Functionalities	Customer Segment
1	freelance.co.id	Freelance platform di bidang: foto, web, TI & perangkat lunak, Desain, Musik & Arsitektur, Perbaikan & layanan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chat</li> <li>Metode Penawaran</li> <li>Notifikasi personal</li> <li>Tracking progress</li> <li>Rating freelancer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Siapa saja berliberal</li> <li>Freelancer</li> </ul>
2	id.freelancer	Freelance platform di bidang: Perbaikan, Fotografi, Video dan Youtube	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fitur chat &amp; undangan</li> <li>Fitur upload &amp; download file</li> <li>Pembayaran dengan sistem escrow</li> <li>Rating freelancer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang mencari jasa Freelancer</li> <li>82%</li> </ul>
3	Project.co.id	Project and Digital Product Marketplace di bidang: webdev, desain, akuntansi, rekayasa, penjualan, fotografi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitate Project</li> <li>Rating freelancer</li> <li>Filter Chat</li> <li>Upload dan download file</li> <li>Notifikasi (pesan singkat)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang mencari jasa Freelancer</li> <li>82%</li> </ul>
4	id.freelance	Freelance platform di bidang: desain logo, website, kartu kunjungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fitur portfolio</li> <li>chat</li> <li>rating</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang membutuhkan desain</li> </ul>
5	id.freel	B2B Marketplace di bidang: industri oil & gas, pertambangan dan peternakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>RFQs/Quotation</li> <li>Multi Request list</li> <li>Open Bids</li> <li>Closed Bids</li> <li>Dashboard Penawaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang bergerak di bidang oil &amp; gas, pertambangan dan peternakan yang ingin melakukan tender/ tendering</li> <li>82%</li> </ul>
6	terracot.id	Freelance platform di bidang: grafis & desain, penjualan, web, visual audio, periklanan, jasa konsultasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fitur notifikasi freelancer</li> <li>perjalanan</li> <li>rating</li> <li>chat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang membutuhkan freelancer</li> <li>82%</li> </ul>

Gambar 3. Studi literatur terkait perusahaan nasional

No	Web name	Product & Services	Captured Functionalities	Customer Segment
7	Freelancer	Freelance platform di bidang: desain, digital marketing, programming, bisnis, video	<ul style="list-style-type: none"> <li>Katalog project</li> <li>Dashboard tracking</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang mencari jasa freelancer</li> <li>82%</li> </ul>
8	Upwork	Freelance platform di bidang: web dev, mobile web, desain, penjualan, marketing, akuntansi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fitur Post Job</li> <li>Rating</li> <li>Monitoring</li> <li>Chat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang membutuhkan tenaga profesional dalam bidang Marketing, Operasional dan Engineering</li> <li>82%</li> </ul>
9	Clarity	Platform yang menyediakan jasa konsultasi di bidang: funding, marketplace, social media marketing, community building	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fitur Request a call</li> <li>Rating</li> <li>Profile tenaga ahli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang membutuhkan tenaga ahli</li> <li>82%</li> </ul>
10	guru.com	Freelance platform di bidang: legal, engineering, business, sales, administrative, design, writing, programming.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fitur memasang job</li> <li>Rating</li> <li>Chat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang membutuhkan freelance</li> <li>Freelancer yang membutuhkan pekerjaan</li> </ul>

Gambar 4. Studi literatur terkait perusahaan multinasional

Tinjauan penulis didasarkan atas 10 situs web perusahaan (nasional dan multinasional) yang menyediakan layanan serupa berbasis proyek. Penulis mengidentifikasi kebutuhan fungsional yang digunakan untuk mendapatkan keterlibatan *stakeholder*. Data yang terkumpul ditabulasikan ke dalam dua tabel terpisah 1.) perusahaan nasional dan 2.) perusahaan multinasional, seperti yang tertera pada Gambar 3 dan Gambar 4.

### Temuan

Gambar 5 merangkum kebutuhan fungsional serta fitur utama yang dapat diimplementasikan pada perangkat TI guna mendukung proses *stakeholder engagement* berdasar studi Pustaka.



Gambar 5. Ringkasan temuan studi pustaka

## 1.2 Pendekatan Kualitatif

### Gambaran Metode

Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami dan menginterpretasikan pandangan *stakeholder* berdasar pengalaman yang dimiliki [15]. Tiga metode pendekatan yang digunakan yaitu: 1.) wawancara, 2.) observasi, dan 3.) tinjauan dokumen.

#### Metode: Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik proyek dan sponsor proyek di beberapa perusahaan: Medco Energy, Pertamina Indonesia, dan Pertamina Hulu Energi. Berdasar wawancara yang dilakukan, penulis dapat memperoleh informasi dengan bertanya secara langsung ke responden.

#### Metode: Observasi

Observasi dilakukan pada proyek yang sedang berjalan dan proyek yang sedang dalam tahap perancangan ide. Adapun perusahaan yang terlibat yaitu Mitratel dan Angkasa Pura 2. Data dikumpulkan melalui pengamatan pada diskusi yang dilakukan tim dan pimpinan proyek, serta melalui tinjauan langsung pada aktivitas proyek yang sedang dilakukan.

#### Metode: Tinjauan Dokumen

Tinjauan dokumen dilakukan dengan menelaah beberapa dokumen utama terkait proses implementasi proyek.

### Temuan

Gambar 6 merangkum kebutuhan fungsional serta fitur utama yang dapat diimplementasikan pada perangkat TI guna mendukung proses *stakeholder engagement* berdasar pendekatan kualitatif.



Gambar 6. Ringkasan temuan pendekatan kualitatif

### 1.3 Pendekatan Kuantitatif

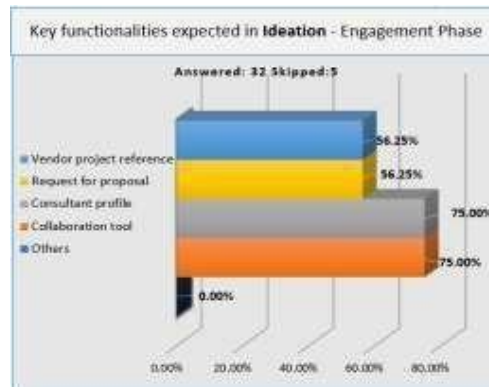
#### Gambaran Metode

Guna mengonfirmasi temuan pada pendekatan kualitatif, sebuah survei dilakukan untuk memperoleh umpan balik dari tim dan pemimpin proyek, serta pengguna di departemen terkait. Adapun umpan balik tersebut diharapkan mampu menggambarkan fase *stakeholder engagement* dalam layanan *strategy execution* sehingga dapat digunakan untuk mendefinisikan kebutuhan fungsional perangkat TI di setiap tahapan proses. Responden pada survei ini (n=37) bekerja di beberapa perusahaan nasional: Telkom Indonesia, Mitratel, Pertamina Indonesia, Pertamina Hulu Energi, Medco Energy, Angkasa Pura 2, dan Pelita Air Service.

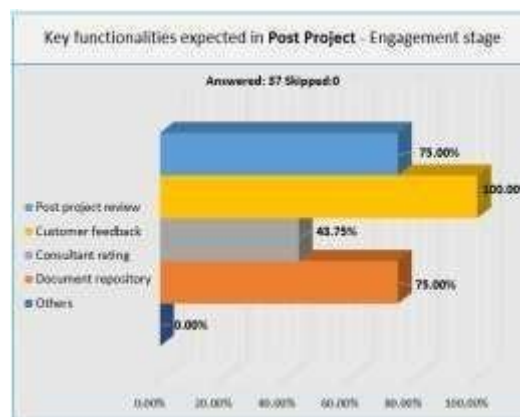
#### Temuan



Gambar 7. Kebutuhan fungsional utama: fase sebelum perancangan ide



Gambar 8. Kebutuhan fungsional utama: fase perancangan ide



Gambar 9. Kebutuhan fungsional utama: fase penemuan solusi yang sesuai

Gambar 10. Kebutuhan fungsional utama: fase proyek

Gambar 11. Kebutuhan fungsional utama: fase setelah proyek

Dengan dikelompokkan berdasar fase *engagement*, Gambar 7 hingga Gambar 11 menunjukkan bahwa kebutuhan fungsional utama dari perangkat TI telah terverifikasi. Hasil temuan ini dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman *stakeholder engagement*.

## KESIMPULAN DAN PROSES KEDEPANNYA

### Kesimpulan

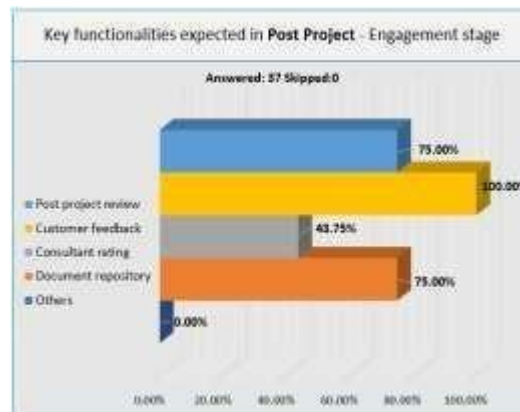
Pelanggan menyambut baik inisiatif perusahaan untuk mengembangkan perangkat TI guna meningkatkan pengalaman *stakeholder engagement*. Perangkat TI dianggap sebagai cara yang inovatif untuk memperkuat nilai dan daya saing perusahaan dalam memberikan layanan *strategy execution*.

Berdasar studi pustaka dan pendekatan kualitatif, empat kategori utama terkait kebutuhan fungsional perangkat TI yang dapat digunakan untuk mendukung proses *stakeholder engagement* yaitu:

1. Tempat penyimpanan dokumen  
Dapat digunakan untuk mengelola dokumen penawaran, kontrak, lingkup pekerjaan, hasil proyek yang harus diberikan ke pelanggan, dan evaluasi paska proyek.
2. Perangkat kolaborasi  
Dapat digunakan untuk mengirim pesan, surel, serta meninjau dokumen.
3. Perangkat komunikasi dan pelaporan  
Dapat digunakan untuk merencanakan, memantau kemajuan melalui dasbor, melihat profil para ahli, serta memberikan penilaian.
4. Pengelola *engagement* media sosial  
Dapat digunakan untuk memantau berita dan media sosial melalui dasbor.

Mengenai gaya kolaborasi yang teramati saat studi ini berlangsung, komunikasi proyek dengan *stakeholder* di perusahaan nasional masih memprioritaskan pertemuan secara langsung dari pada menggunakan media online (konferensi audio & video).

Sesuai hasil survei/pendekatan kuantitatif, temuan di pendekatan kualitatif dapat diverifikasi dan diharapkan mampu mendukung aktivitas di layanan *strategy execution*. Tak hanya menggunakan sudut pandang agregat, verifikasi dapat dilakukan hingga ke kebutuhan sub-fungsional, seperti yang tertera di Gambar 12.



Gambar 12. Kategori utama kebutuhan fungsional perangkat TI

### Proses Kedepannya

Melalui penggunaan perangkat TI pada *stakeholder engagement*, perusahaan dapat mengumpulkan data pelanggan sebagai referensi untuk meningkatkan pengalaman *stakeholder*, memperkuat kepercayaan pelanggan, dan akhirnya membangun loyalitas pelanggan.

Survei lanjutan terkait *UI/UX* perlu dilakukan untuk memperkuat desain tampilan perangkat TI sehingga mudah untuk digunakan seluruh *stakeholder*.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberi masukan berharga selama penelitian ini berlangsung: Pak Agus, *VP Operation & Service* Pertamina Indonesia; Pak



Faisal, *VP Operasi Medco Energy*; Pak Rizaldi, *GM Pertamina Hulu Energi*; dan Pak Andry, *SM Pertamina Hulu Energi*.

## REFERENSI

- ADB. (2018). *Indonesia: Enhancing Productivity through Quality Jobs*.
- Badri, M. A., Mohaidat, J., Ferrandino, V., & El Mourad, T. (2013). The social cognitive model of job satisfaction among teachers: Testing and validation.
- Berry, A., Rodriguez, E., & Sandee, H. (2001). Small and medium enterprise dynamics in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*.
- Bloom, N., Mahajan, A., McKenzie, D., & Roberts, J. (2010). Why do firms in developing countries have low productivity? .
- Dartanto, T., Rezki, J. F., Pramono, W., Siregar, C. H., Usman, & Bintara, H. (2016). Participation of Informal Sector Workers in Indonesia's National Health Insurance System.
- Daskin, M., & Tezer, M. (2012). Organizational politics and turnover: An empirical research from hospitality industry.
- Dawson, M. (2014). Preparing students to fit within the hospitality industry culture: Does the educational background make a difference?
- De Ruyter, A., Singh, A., Warnecke, T., & Zammit, A. (2009). Core vs. Non-Core Standards, Gender and Developing Countries: A Review with Recommendations for Policy.
- Direktorat Ketenagakerjaan dan Analisis Ekonomi. (2004).
- Duffy, R. D., Austin, K. L., & Bott, E. M. (2015). Work volition and job satisfaction: Examining the role of work meaning and person-environment fit.
- Folkerth, J., & Tonia, W. (2011). *Organizing Informal Labor in India and Indonesia*.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations Rome. (2003). *The informal food sector Municipal support policies for operators* .
- Freyd, M. (1926). *The statistical viewpoint in vocational selection*.
- Gardner, W. L., Reithel, B. J., Coglisier, C. C., & Walumbwa, F. O. (2012). Matching personality and organizational culture: Effects of recruitment strategy and the five factor model on subjective person-organization fit.
- Hardin, E. E., & Donaldson, J. R. (2014). Predicting job satisfaction: A new perspective on person-environment fit.
- Harris-White, B. (2010). *Work and wellbeing in informal economies: The regulative roles of institutions of identity and the state*.
- ILO. (2010). *Ekonomi Informal di Indonesia: Ukuran, Komposisi dan Evolusi*.
- ILO(International Labour Organization). (2013). *Women and Men in the Informal Economy: A Statistical Picture*.
- International Labor Organization (ILO). (2002). *Women and Men in the Informal Economy: A*

*Statistical Picture.*

La Porta, R., & Shleifer, A. (2008). The unofficial economy and economic development .

Miles, A., & Sadler-Smith, E. (2014). "With recruitment I always feel I need to listen to my gut": The role of intuition in employee selection.

Pervin, L. (1968). Performance and satisfaction as a function of individual-environment fit.

Pitoyo, A. J. (2007). *DINAMIKA SEKTOR INFORMAL DI INDONESIA Prospek, Perkembangan, dan Kedudukannya dalam Sistem Ekonomi Makro.*

Racey, T. (2017). Employee Selection Strategies in Casual Dining Restaurants.

Resmi, S. (2004). Gali Tutup Lubang Itu Biasa: Strategi Buruh Menanggulangi Persoalan dari Masa ke Masa. Bandung.

Roberts, C., & Shea, L. J. (t.thn.). Dining Behaviors: Considering a foodservice theory of in-home, local community, and eating while traveling .

ROTHENBERG, A. D., GADUH, A., BURGER, N. E., CHAZALI, C., TJANDRANINGSIH, I., RADIKUN, R., . . . WEILANTA, S. (2015). Rethinking Indonesia's Informal Sector.

Rungroekrit, C. (2001). *Improving the Situations of the Urban Street Food Vendors in Thailand.*

Setia M, R., & Rahardjo, U. (2009). Dunia yang Dinamis: Studi Kasus Para Pekerja Informal di Kota Bandung .