

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh program CSR penanaman *mangrove* terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna di masyarakat Kelurahan Wonorejo Surabaya terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan oleh peneliti.

- Terdapat pengaruh antara program CSR penanaman *mangrove* terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna. Hal ini bahwa program CSR dilakukan secara baik oleh PT HM Sampoerna, maka *corporate image* PT HM Sampoerna dinilai positif oleh responden. Begitu pula, apabila program CSR dinilai cukup oleh responden, maka *corporate image* cenderung netral.
- Dilihat dari indikator *profit* dalam CSR, terlihat kecenderungannya secara positif lebih mengarah pada indikator *position* dalam *corporate image* PT HM Sampoerna. Hal ini berarti ketika program CSR memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat maka PT HM Sampoerna lebih disukai dibanding dengan industri rokok lainnya.
- Dilihat dari indikator *People* dalam CSR, terlihat kecenderungannya secara positif lebih mengarah pada indikator *position* dalam *corporate image* PT HM Sampoerna. Hal ini berarti jika program CSR menjawab kebutuhan bagi masyarakat sekitar, maka PT HM Sampoerna lebih disukai dibandingkan dengan industri rokok lainnya.
- Dilihat dari indikator *planet* dalam CSR, terlihat kecenderungannya secara positif lebih mengarah pada indikator

position dalam *corporate image* PT HM Sampoerna. Hal ini terlihat ketika prgram CSR berkontribusi melestarikan lingkungan maka PT HM Sampoerna lebih disukai dibanding dengan industri rokok lainnya.

- Terdapat hubungan antara program CSR penanaman *mangrove* yang dilakukan PT HM Sampoerna terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna. Hubungan antara CSR dengan *corporate image* terdapat pada pelaksanaan CSR yang dilakukan secara optimal sehingga target khalayak dari program CSR tersebut dapat terpuaskan kebutuhannya.
- Berkaitan dengan program CSR penanaman *mangrove*. Program CSR tersebut dinilai responden sudah berjalan dengan baik dan hal yang paling mempengaruhi dalam penialain baik program CSR tersebut adalah terkait bahwa program tersebut menjawab kebutuhan masyarakat sekitar. Kebutuhan terebut mengarah pada pelestarian kawasan ekowisata menjadi hutan *mangrove*.
- Program CSR tersebut apabila dikaitkan dengan identitas responden, yang paling memiliki kecenderungan terhadap penilaian baik program tersebut adalah dari segi jenis kelamin responden, yakni laki-laki. Hal ini dikarenakan responden laki-laki yang lebih mendominasi wilayah tersebut, dan merasakan dampak ekonomi dari program CSR tersebut dengan turut terlibat langsung dalam program tersebut. Keterlibatan tersebut menjadikan responden dengan jenis kelamin laki-laki cenderung lebih mengetahui secara detail informasi yang berkaitan dengan program CSR penanaman *mangrove* dan mayoritas memiliki pengalaman yang baik terhadap keterlibatannya dalam program CSR tersebut.

Pengalaman baik tersebut dapat dirasakan melalui adanya dialog PT HM Sampoerna terhadap masyarakat, dan adanya evaluasi program yang berkala sehingga kejelasan program CSR tersebut dipertanggungjawabkan oleh PT HM Sampoerna.

- Responden menilai cukup *corporate image* PT HM Sampoerna setelah dilaksanakannya program CSR penanaman *mangrove*. Hal yang mempengaruhi penilaian responden adalah terkait bahwa responden familiar terhadap program CSR penanaman *mangrove* yang dilakukan PT HM Sampoerna. Responden cenderung familiar terhadap program tersebut karena program penanaman *mangrove* yang dilakukan PT HM Sampoerna merupakan perusahaan yang konsisten dari awal mendukung upaya pemerintah Kota Surabaya untuk menjadikan kawasan Pamurbaya menjadi Ekowisata.
- Apabila dikaitkan dengan identitas responden, profil berdasarkan jenis kelamin lah yang paling memiliki kecenderungan dalam penilaian positif *corporate image* PT HM Sampoerna. Responden dengan jenis kelamin laki-laki cenderung menilai positif PT HM Sampoerna setelah pelaksanaan program CSR tersebut, karena secara langsung mereka terlibat dalam program dan merasakan banyak manfaat di balik keberlanjutan program tersebut sehingga penilaian responden cenderung positif terkait dengan *corporate image* PT HM Sampoerna.

V.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan saran kepada PT HM Sampeona selaku pelaksana program CSR penanaman *mangrove* agar tetap mempertahankan program CSR penanaman *mangrove*

tersebut. Dipertahankan dengan maksud agar tujuan jangka panjang menjadikan kawasan ekowisata sebagai hutan *mangrove* dapat tercapai. Proses itu memang membutuhkan waktu yang panjang, maka konsistensi dari pelaksanaan program CSR tersebut harus dilaksanakan untuk meraih apa yang diharapkan. Selain itu, berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, nampak bahwa masyarakat sudah cukup puas dengan program CSR tersebut, yang harus dilakukan lebih bersifat teknis. Misalnya PT HM Sampoerna dapat mempertahankan dialog dengan warga sekitar dan mempertahankan hubungan kerjasama dengan masyarakat sekitar. Hal yang perlu ditambahkan adalah peningkatan jumlah bibit *mangrove* yang ditanam sehingga realisasi jangka panjang yang diinginkan dapat lebih cepat tercapai.

Peneliti juga menyarankan PT HM Sampoerna selaku pelaksana program CSR tersebut untuk dapat meningkatkan intensitas monitoring terhadap perkembangan pertumbuhan bibit *mangrove* tersebut. Harapannya dengan intensitas yang lebih sering maka PT HM Sampoerna mengetahui informasi atau keadaan terbaru mengenai kondisi bibit *mangrove* yang ditanam amupun bibit yang gagal tumbuh. Hal ini penting karena dibutuhkan sinergitas antara kelompok tani selaku pelaksana lapangan penanaman bibit *mangrove* dengan PT HM Sampoerna selaku penggagas dan pelaksana CSR tersebut. Komunikasi yang baik dan intens dengan masyarakat yang terlibat dalam program CSR tersebut diharapkan dapat menjadikan program CSR penanaman *mangrove* tersebut lebih baik ke depannya, sehingga masing-masing pihak mendapatkan keuntungan positif dari program CSR tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, M. Scott, Center, H. Allen, dan Broom, M. Glenn. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Gunawan, Rudijanto. (2012). *Implementasi dan Manfaat CSR PT. Djarum, Surabaya*. Surabaya: PT. Djarum.
- Jalal. (2011). *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Kritis dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Balai Aksara.
- Jefkins, Frank. (2005). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. (2005). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Son, Inc.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Moore, Frazier. (2000). *Hubungan Masyarakat, Prinsip, Kasus dan Masalah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prastowo, Joko. (2011). *Corporate Social Responsibility: Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Prajarto, Nunung. (2012). *CSR Indonesia: Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.
- Santoso, Singgih. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sudjana. (2007). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.

- Susanto, A B. (2007). *Reputation Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Vos, M. F. (2000). *The Corporate Image Concept: A Strategic Approach*. Utrecht: Lemma.
- Wahyudi, Isa.(2008). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: In-Trans Publishing.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.

Online:

- Darandono. (2012). *Dana CSR Perusahaan Capai Rp 10 Triliun*.
Diakses dari: <http://swa.co.id/corporate/csr/tahun-2012-dana-csr-perusahaan-capai-rp-10-triun-2>
Diakses tgl. 17 April 2014, Pkl. 19.00 WIB
- IMACA, Humas . (2013a). *Daftar Pemenang 2013*.
Diakses dari : <http://imacaward.com/survey-results/2013-survey-results/>
Diakses tgl. 8 Februari 2014, Pkl. 19.00 WIB
- IMACA, Humas. (2013b). *Metodologi Survei Corporate Image (IMAC) 2013*.
Diakses dari : <http://imacaward.com/about/research-methodology/>

Diakses tgl. 8 Februari 2014, Pkl. 19.00 WIB

IMACA, Humas. (2012c). *Cigarette*.

Diakses dari: <http://imacaward.com/survey-results/cia-2012/>

Diakses tgl. 19 April 2014, Pkl. 20.09 WIB

Indonesia Tobacco. (2012). *Pengembangan Ekowisata: Sampoerna Tanam 50.000 Mangrove*

Diakses dari: <http://www.indonesiatobacco.com/2012/12/pengembangan-ekowisata-sampoerna-tanam.html>

Diakses tgl. 3 Juni 2014m Pkl. 13.00 WIB

Kurniawan, Armydian, (2012). *PT Hanjaya Mandala PT HM Sampoerna Tbk - 100 Tahun untuk Indonesia*.

Diakses dari: <http://koran-sindo.com/node/318130>

Diakses tgl. 10 Februari 2014, Pkl. 17.35 WIB

PT HM Sampoerna, Humas. (2012). *Sekilas PT HM Sampoerna*.

Diakses dari: http://www.PTSampoerna.com/id_id/about_us/pages/PTHMSampoerna_overview.aspx

Diakses tgl. 10 Maret 2013, Pkl. 13.00 WIB

PT HM Sampoerna, Humas. (2013). *PT HM Sampoerna Menyambut Usia ke-100 dengan Menanam 130.000 Pohon Mangrove*.

Diakses dari: http://www.PTSampoerna.com/id_id/media_center/press_releases/pages/PT_HM_Sampoerna_menyambut-usia-ke-100-dengan-menanam-130-000-pohon.aspx

Diakses tgl. 10 Februari 2014, Pkl. 13.00 WIB

Sormin, Amuridin. (2014). *Mustafa: Hilangkan Ego Sektoral Tangani CSR*

Diakses dari: <http://lampost.co/berita/mustafa-hilangkan-ego-sektoral-tangani-csr>

Diakses tgl. 20 April 2013, Pkl. 20.20 WIB

Wonorejo. (2012). *Kondisi Wilayah Surabaya*.

Diakses dari: <http://wonorejo-rungkut.org/kondisi-wilayah/>

Diakses tgl. 20 Maret 2014, Pkl. 09.00 WIB

Wawancara:

Fathoni, Ketua Kelompok Tani Bintang Timur, Pukul. 14.00 WIB. 2 Juni 2014. Kantor Kelompok Tani Bintang Timur Wonorejo Bozem, Surabaya.

Fathoni, Ketua Kelompok Tani Bintang Timur, Pukul. 12.00 WIB. 1 Juli 2014. Kantor Kelompok Tani Bintang Timur Wonorejo Bozem, Surabaya.

Fathoni, Ketua Kelompok Tani Bintang Timur, Pukul. 15.00 WIB. 12 Juli 2014. Kantor Kelompok Tani Bintang Timur Wonorejo Bozem, Surabaya.

Adi, Pedagang Area Ekowisata, Pukul 14.00 WIB. 12 Juli 2014. Area Ekowisata, Wonorejo Bozem, Surabaya.

Pedagang di Area *Foodcourt* Ekowisata *Mangrove*, Dino. Pukul 15.00 WIB. 12 Juli 2014. *Foodcourt* Ekowisata, Wonorejo Bozem, Surabaya.

Wulan, Pedagang di Area *Foodcourt* Ekowisata *Mangrove*, Pukul 15.00 WIB. 1 Juli 2014. *Foodcourt* Ekowisata, Wonorejo Bozem, Surabaya.

Muwardi, Penjaga Wisata Perahu Ekowisata *Mangrove*, Pukul 12.30 WIB. 12 Juli 2014. Ekowisata *Mangrove* Wonorejo Bozem, Surabaya

Wasyid, Seketaris Kelompok Tani Bintang Timur, Pukul. 15.00 WIB. 1 Juli 2014. Kantor Kelompok Tani Bintang Timur Wonorejo Bozem, Surabaya.

Wasyid, Seketaris Kelompok Tani Bintang Timur, Pukul. 13.00 WIB. 29 Juli 2014. Kantor Kelompok Tani Bintang Timur Wonorejo Bozem, Surabaya.

Agung, Wiraswasta Usaha Pemancingan Area Ekowisata, 1 Juli 2014. Pemancingan Ekowisata Bozem, Surabaya.

Rudi, Wiraswasta Usaha Pemancingan Area Ekowisata, 1 Juli 2014. Pemancingan Ekowisata Bozem, Surabaya.