

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, peneliti menarik beberapa kesimpulan mengenai Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung UKM Digital terhadap Citra PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Surabaya pada warga Kampung Kue Rungkut Lor Gang II No.1, Kampung Herbal RT 02 Genteng Candirejo, dan Kampung Tas Gadukan Surabaya, yaitu:

1. Hasil Uji Hipotesis menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang membuktikan bahwa program *corporate social responsibility* Kampung UKM Digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Surabaya.
2. Identitas responden yang dominan pada penelitian ini ada di rentang usia 46-50 tahun, berjenis kelamin perempuan, memiliki tingkat pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA), memiliki pekerjaan pedangang/wiraswasta, memiliki pendapatan per bulan sebesar lebih dari Rp. 4.000.000-Rp. 5.000.000, dan memiliki jenis UKM yang memproduksi *snack*.
3. Program CSR Kampung UKM Digital terlaksana dengan baik dilihat dari indikator pengaruh CSR, yaitu *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat) dan *planet* (lingkungan) yang dibuktikan dengan hasil penilaian yang baik dari warga Kampung UKM Digital Surabaya yang menjadi responden dalam penelitian ini. Hal

ini menunjukkan bahwa Telkom menerapkan konsep *triple bottom line* dengan baik.

4. Citra Telkom adalah positif di mata warga Kampung UKM Dgital Surabaya yang menjadi responden dalam penelitian ini. Hal ini dbuktikan dengan hasil penilaian positif yang diberikan responden ketika mengukur indikator citra, yaitu *primary impression* (kesan utama), *familiarity* (keakraban), *perception* (persepsi), *preference* (pilihan), dan *position* (posisi). Sehingga terwujudnya citra Telkom yang ingin dipandang sebagai perusahaan digital di Indonesia.
5. Terdapat hubungan korelasi yang kuat antara CSR Kampung UKM Digital apabila dilihat dari indikator *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan) dengan citra PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Surabaya apabila dilihat dari indikator *primary impression* (kesan utama), *familiarity* (keakraban), *perception* (persepsi), *preference* (pilihan), dan *position* (posisi).
6. Koefisien regresi variabel X (CSR) menjelaskan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap citra, artinya semakin baik penilaian mengenai CSR Kampung UKM Digital yang dilaksanakan maka semakin positif citra PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Surabaya.
7. Terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi citra perusahaan, antara lain sejarah dan riwayat hidup perusahaan, keberhasilan dan stabilitas dibidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset.

## **V.2 Saran**

### **V.2.1 Saran Akademis**

Sebaiknya, selanjutnya dapat dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai berbagai hal lain yang berkaitan dengan PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Surabaya, karena menurut peneliti Telkom memiliki banyak sudut pandang menarik untuk diteliti sebagai perusahaan digital. Dapat melakukan metode penelitian kualitatif-studi kasus untuk mendapatkan hasil yang maksimal dengan ketajaman informasi agar penelitian tersebut tidak hanya menarik namun tajam dan dalam.

### **V.2.2 Saran Praktis**

Sebaiknya PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Surabaya lebih memaksimalkan pelatihan penggunaan internet pada para pelaku UKM Digital. Karena pada saat ini *digitalisasi* sangat penting dalam kehidupan masyarakat salah satunya untuk meningkatkan perekonomian dengan cara berjualan melalui media *online*. Selain itu, perlu adanya pendampingan khusus bagi para pelaku UKM Digital agar dapat mengoperasikan internet, baik *social media* maupun ketika berjualan di media digital. Tidak hanya itu, diharapkan Telkom juga *update* kegiatan para pelaku terkait penjualan yang mereka lakukan setiap bulannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Amiruddin. (2016). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Parama Ilmu
- Butterick, Keith. (2012). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hurlock, Elizabeth B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Kasali, Rhenald. (2000). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positionng*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Prajarto, Nunung. (2012). *CSR Indonesia: Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.
- Rudito, Bambang, dan Famiola, Melia. (2013). *CSR: Corporate Social Responsibility*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains

- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi; Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Singarimbun, Masri, dan Effendi, Sofian. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Syarifuddin dan Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset
- Vos, M.F. (2000). *The Corporate Image Concept*. Utrecht: Lemma
- Wahyudi, Isa. (2008). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: In-Trans Publishing.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik; Fascho Publishing

## **JURNAL**

- Aryawan, M., Rahyuda, I. K., & Ekawati N. W. 2017. "Pengaruh Faktor Corporate Social Responsibility (Aspek Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan". *E-Jurnal Manajemen*. Vol 6 (2), 604-633.
- Astiti, N. P. Y., Saitiri, P. W. 2016. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dan Citra

- Perusahaan”. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol 12 (2), 94-104.
- Dwi, R. C., & Masreviastuti. 2018. “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Citra Perusahaan Di Bri Malang Martadinata”. *Jurnal Aplikasi Bisnis (JAB)*. Vol 4 (1), 181-186.
- Harni, D., & Azis, E. 2018. “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Bank Danamon Indonesia Tbk”. *Jurnal Wacana Ekonomi*. Vol 17 (3), 1-9.
- Hasibuan, A., & Sulaiman, O. K. 2019. “Smart City, Konsep Kota Cerdas Sebagai Alternatif Penyelesaian Masalah Perkotaan Kabupaten/Kota, Di Kota-kota Besar Provinsi Sumatra Utara”. *Jurnal Buletin Utama Teknik*. Vol 14 (1)s, 127-135.
- Kartikasari, N. D., Hidayat, K., & Yulianto, E. 2017. “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 43 (1), 8-16.
- Naufalia, Viani. 2016. “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk”. *Jurnal Utilitas*. Vol 2 (2), 109-116.
- Prasiska. Y. V., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitri, D. 2017. “CSR Dan Citra Perusahaan”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol 24 (1), 43-49.
- Rahadhini. 2010. “Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social

Responsibility”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 10 (1), 11-21.

Ulum, B., Arifin, Z., & Fanani, D. 2014. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 8 (1), 1-8.

Yunatan, Claudia Novella. 2016. “Pengaruh Corporate Social Responsibility “Alfamart Class” di SMK PGRI 3 Malang terhadap Citra Perusahaan Alfamart”. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol 4 (1), 1-11.

### **SKRIPSI**

Deviana, Fransiska Mayanti. (2018). “Sikap warga kampung Herbal RT 02 Genteng Candirejo Surabaya mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) "Kampung UKM Digital" PT Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V”. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Lestari, Nanda Cynthia. (2018). “*Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Kampung Jamur Tiram Terhadap Corporate Image PT. Campina Ice Cream Industry di RW 10 Kelurahan Karah Surabaya*”. Surabaya : Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

### **WEBSITE**

Bangga Surabaya. 2018. *Wali Kota Risma: 98 Persen Ekonomi Di Surabaya Berasal dari Pelaku UKM*. Diakses dari : <https://humas.surabaya.go.id/2018/wali-kota-risma-98->

persen-ekonomi-di-surabaya-berasal-dari-pelaku-ukm/, diakses tanggal 20 Februari 2019.

Darmono, Haryo. 2012. *Telkom Raih Penghargaan Indonesia Sustainability Award*. Diakses dari :

<https://nasional.kompas.com/read/2012/12/04/22174170/telkom.raih.penghargaan.indonesia.sustainability.reporting.award>, diakses tanggal 20 Februari 2019.

Murdaningsih, Dwi. 2019. *Telkom raih penghargaan Best Company To Work In Asia 2019*. Diakses dari [republika.co.id/berita/telkom-highlight/berita/telkom/19/06/17/pt7rmn368-telkom-raih-penghargaan-best-company-to-work-in-asia-2019](http://republika.co.id/berita/telkom-highlight/berita/telkom/19/06/17/pt7rmn368-telkom-raih-penghargaan-best-company-to-work-in-asia-2019), diakses tanggal 19 September 2019 pukul 21.00 WIB.

Tempo. 2016. *Telkom Group Raih Penghargaan Top IT dan Telco 2016*. Diakses dari : <https://bisnis.tempo.co/read/823677/telkom-group-raih-penghargaan-top-it-dan-telco-2016/full&view=ok>, diakses tanggal 20 Februari 2019.

Profil dan Riwayat Singkat Telkom. Diakses dari:

[https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id\\_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html](https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html), diakses tanggal 20 Februari 2019.