

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1. Kesimpulan**

Peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Kampung Binaan “Kampung Hidroponik” Terhadap Citra PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III pada Warga Kampung Hidroponik Simo Kalangan Surabaya:

1. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima yang membuktikan apabila Program Kampung Binaan dan Bina Lingkungan pada Kampung Hidroponik Simo Kalangan memberikan pengaruh signifikan terhadap citra dari perusahaan PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III.
2. Identitas responden yang dominan dalam penelitian ini yaitu berusia 34-60 tahun, berjenis kelamin perempuan, memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, yang telah lama tinggal selama 10-20 tahun, memiliki pendidikan terakhir di jenjang SMA. Hal ini disebabkan ibu rumah tangga dalam usia tersebut merupakan warga yang aktif dalam kegiatan UMKM tim hidroponik di Kampung Hidroponik Simo kalangan Surabaya.
3. Hasil dari variabel X (*corporate social responsibility*) mendapatkan nilai baik. Hal ini dapat fiartikan bahwa PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III mampu melaksanakan program CSR KAMPUNG Binaan “Kampung Hidroponik Simo Kalangan” secara konsisten dan sesuai dengan prinsip *triple bottom line* atau yang biasa disebut 3P yakni *Profit* (Keuntungan),

*People* (Masyarakat), *Planet* (Lingkungan) yang selama ini menjadi panutan bagi perusahaan tersebut dalam melaksanakan program CSR. Dari ketiga indikator tersebut, yang mendapatkan nilai tertinggi yaitu pada indikator *Profit*. Hal ini menunjukkan menunjukkan bahwa PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III peduli serta memparhatikan penjualan produk dan membantu Kampung Hidroponik untuk mempromosikan produk yang dijual oleh Kampung Hidroponik. Yang ke dua adalah *People* dan yang ke tiga yaitu *Profit*.

4. Kemudian hasil dari variabel Y (Citra) juga mendapatkan nilai positif. Hal ini dikarenakan melalui program CSR Kampung Binaan “Kampung Hidroponik Simo Kalangan” bantuan yang diberikan oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III sangat berguna bagi pengembangan Kampung Hidroponik Simo Kalangan. Penilaian tertinggi adalah pada indikator *Familiarity* diakrenakan PT. Pelindo III dalam pelaksanaan program CSR Kampung Binaan “Kampung Hidroponik Simo Kalangan” memberikan bantuan berupa perenovasian kampung pemberian fasilitas, pengecatan serta menghias kampung, serta membuat mural pada terowongan menuju Kampung Hidroponik, dimana semua hal tersebut sangat berguna bagi Kampung Hidroponik Simo Kalangan. Selanjutnya pada posisi ke dua adalah *Primary Impression*. Pada posisi ke tiga adalah *Perception*, pada posisi ke empat *Position*. Dan pada posisi ke lima adalah *Preference*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang berarti antara program CSR Kampung Binaan “Kampung Hidroponik Simo Kalangan” dengan citra PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III.

## **V.2. Saran**

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

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada subjek yang sama, yaitu warga Kampung Hidroponik Simo Kalangan. Akan tetapi peneliti lebih menyarankan untuk menggunakan judul gaya komunikasi yang dilakukan oleh tim Hidroponik Simo Kalangan. Hal itu dikarenakan pada saat melakukan penelitian pada Kampung Hidroponik Simo Kalangan, peneliti menemukan fenomena yang menarik antara anggota tim hidroponik. Peneliti merasa bahwa jika fenomena tersebut ditarik dalam penelitian hasilnya akan menarik karna terdapat dinamika didalamnya.

### **V.3. Saran Praktis**

Berdasarkan penelitian ini dilakukan, peneliti menemukan beberapa saran praktis yang dapat dijadikan evaluasi bagi perusahaan. Pada saat melakukan penelitian, peneliti merasa bahwa warga Kampung Hidroponik Simo Kalangan masih perlu dibina dan diperhatikan dalam menjalankan produksi sayur hidroponik. Terutama bagaimana warga Kampung Hidroponik Simo Kalangan mengelola produknya selain sayuran namun ada ternak ikan lele juga. Hal tersebut harus dilakukan secara terus menerus karena warga Kampung Hidroponik perlu didampingi dan dibina secara berkelanjutan.

Hal tersebut yang menjadi saran praktis dari peneliti agar warga lebih merasa dibina oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III. Sehingga warga tidak merasa berjalan sendiri dalam memajukan Kampung Hidroponik Simo Kalangan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Butterick, Keith. (2014). *Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Cutlip, Scott M. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Jefkinks, Frank, dan Daniel Yadin. (2018). *Public Relations*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kriyanto, Rachmat. (2012). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Publik Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kriyanto, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Nova, Firsan. (2017). *Crisis Public Relations*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rusdianto, Ujang. (2014). *Cyber CSR: A Guide to CSR Communication on Cyber Media*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. (2014). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Singarimbun, MASri, dan Sofian Effendi. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Soemirat, Soleh, dan Elvinaro Ardianto. (2004). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Untung, Hendrik Budi. (2017). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Vos. (2000). *The Corporate Concept*. Nederlands: Utrecht: Lemma.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*. Gresik: Fascho Publishing.
- Widjaja. (2010). *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

**Sumber Jurnal:**

- Jannah, Miftahul., Yacob, Fakhri., Julianto. (2017). *Rentang Kehidupan Manusia (Life Span Development) Dalam Islam*. Jurnal Dosen Fakultas Psikologi UIN Ar-Rainry Banda Aceh, Vol 3, No 1, 97-114.
- Megayanti, Nita. (2009). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal Komunikasi, Vol 3, No. 2*, 163-172.
- Ningsih, Wiwik Agustia. (2016). Pengaruh Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Kasus Pada Masyarakat Sekitar Kantor Pusat PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru). *JOM FISIP, Vol 3, No. 1*, 1-13.
- Prasiska, Yosa Vega. (2017). CSR dan Citra Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Vol 24, No. 1*, Hal. 43-49.
- Purba, Roy Parto. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul). *JOM FISIP, Vol 4, No. 1*, 1-13.
- Sabini, Marselinus Nuba, dan Leila Mona Ganiem. (2015). Corporate Social Responsibility Sebagai Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Vol 2, No. 5*, 346-356.
- Triwilopo, Sendi. (2016). Pengaruh Community Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Binis Darmajaya, Vol. 2, No. 1*, 90-101.
- Ulum, Bahrul, et al. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra (Survei pada Warga Sekitar PT. Sasa Inti Gending-Probolinggo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 8, No. 1*.
- Wida, S. (2017). Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada PT. Telkom Majapahit Bandar Lampung). *Jurnal Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 1-111.
- Wijaya, Husni Falah et al. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. Pindad (Persero) di Kelurahan sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol 2, No. 1*, 1-7.
- Yeni, Rosilawati, dan Krisna Mulawarman. (2019). Kearifan Lokal Tri Hita Karana dalam Program *Corporate Social Responcibility*. *Jurnal ASPIKOM, Vol 3, No. 6*, 1215-1227

**Sumber Internet:**

Pelindo III “Tanggung Jawab Sosial” dari  
<http://bumn.go.id/kimiafarma/berita/1-yuk-intip-siapa-saja-pemenang-pkbl-award-2019>, diakses pada 16 Januari 2020

Pelindo III Kembangkan kampung hidroponik <http://www.pelindo.co.id>, diakses pada 16 Januari 2020

Pelindo III Saurkan dana Rp 225juta untuk Pembenahan Kampung  
<http://www.kontan.co.id>, diakses pada 16 Januari 2020