

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh penerapan program *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Image* di PT. PJB UP. Gresik yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Program *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari variabel Aspek Ekonomi (X_1), Aspek Lingkungan (X_2), dan Aspek Sosial (X_3), ketiganya secara bersama – sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Image* (Y). Hal ini dapat dilihat melalui hasil F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} .
2. CSR pada Aspek Ekonomi (X_1) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa Aspek Ekonomi (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *Corporate Image* (Y).
3. CSR pada Aspek Lingkungan (X_2) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa Aspek Lingkungan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *Corporate Image* (Y).
4. CSR pada Aspek Sosial (X_3) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa Aspek Sosial (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *Corporate Image* (Y).

5. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Aspek Lingkungan (X_2) mempunyai nilai t_{hitung} dan koefisien beta yang paling besar.
6. Dari penjelasan tanggapan responden masyarakat yang dijadikan sampel pada unit pembangkitan Gresik dapat disimpulkan bahwa penerapan program Corporate Social Responsibility yang dilaksanakan sudah baik walaupun masih ada yang belum terlaksana sepenuhnya karena memang membutuhkan waktu dalam pelaksanaan program tersebut hingga mencapai hasil yang ditargetkan. Program CSR yang dijalankan PT. PJB UP. Gresik seperti pemanfaatan PLTS, PLTMG, PLTBM, konservasi penyu, konservasi mangrove mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat dan mendapat tanggapan yang baik. Namun masih terdapat beberapa responden yang memberi tanggapan kurang baik terhadap penerapan program CSR seperti pelatihan terhadap minat masyarakat sekitar, sosialisasi mobil kesehatan dalam mengikuti GKS, dan penyamarataan penerimaan pegawai dari sekitar perusahaan.
7. Dari penjelasan tanggapan responden masyarakat yang dijadikan sampel pada unit pembangkitan Gresik dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan terlihat baik di persepsi masyarakat. Hal ini dilihat dari semua dimensi yakni kepribadian (personality), reputasi (reputation), nilai (value), dan identitas perusahaan (corporate identity) yang menyatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan baik tentang citra perusahaan PT. PJB UP. Gresik. Namun hal ini juga harus dipertahankan dan masih perlu

ditingkatkan karena masih terdapat beberapa responden yang memberi tanggapan tidak baik terhadap citra perusahaan PT. PJB UP. Gresik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah dilakukan pembahasan, diharapkan dapat memberi kontribusi secara praktis bagi perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan, serta kontribusi teoritis bagi akademisi penelitian. Saran yang dapat direalisasikan oleh perusahaan maupun penelitian sebagai berikut :

1. Untuk penerapan program CSR, pihak PT. PJB UP. Gresik, perlu meningkatkan lagi dimensi – dimensi yang memiliki tanggapan terendah yaitu pada Aspek Ekonomi mengenai keefektifan perusahaan dalam memberikan program baru bagi masyarakat. Hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi mengenai beberapa program baru yang direncanakan oleh perusahaan dan berhubungan dengan dimensi pelatihan yakni pendampingan pelatihan untuk program CSR juga terbilang kurang menurut tanggapan responden. Kegiatan CSR di bidang sosial juga harus meningkatkan publikasinya agar kegiatan CSR di bidang sosial yang dilakukan oleh perusahaan diketahui masyarakat luas. Seperti halnya pada dimensi pendidikan masyarakat mengenai pelatihan bakat dan minat pemuda sekitar perusahaan agar bisa berkembang lebih baik namun dengan kurangnya sosialisasi maka program tersebut tidak bisa dijalankan dengan semestinya. Semua masyarakat sekitar PT. PJB UP. Gresik adalah

orang yang pertama kali mendapatkan dampak baik atau buruknya dari semua kegiatan yang dilakukan perusahaan, oleh karena itu PT. PJB UP. Gresik perlu melakukan evaluasi terhadap penerapan program – program CSR sehingga dapat membentuk persepsi yang baik di benak masyarakat guna keberlangsungan kegiatan suatu perusahaan.

2. Untuk citra perusahaan atau Corporate Image, pihak PT. PJB UP Gresik perlu meningkatkan lagi dimensi – dimensi yang memiliki tanggapan terendah yaitu dimensi reputasi dimana beberapa masyarakat sekitar perusahaan masih belum memiliki perasaan bangga terhadap bagian dari perusahaan dan belum bisa menerima dengan baik keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat. Hal ini perlu dilakukan agar citra perusahaan semakin baik di persepsi masyarakat sekitar perusahaan dan mendapat nilai lebih dari masyarakat sekitar perusahaan melalui pelaksanaan penerapan program CSR yang telah dilakukan oleh PT. PJB UP Gresik.
3. Pihak PT. PJB UP Gresik harus mempertahankan penerapan program CSR yang sudah dilaksanakan dan memiliki penilaian yang baik dari masyarakat . serta harus meningkatkan kegiatan yang berhubungan dengan CSR terutama disesuaikan dengan kemampuan, potensi, dan keluhan masyarakat sekitar perusahaan. hal ini perlu dilakukan karena dapat berpengaruh terhadap citra perusahaan sehingga masyarakat lebih menerima keberadaan perusahaan. karena semakin baik penerapan program CSR suatu perusahaan maka akan semakin baik pula citra positif

di kalangan masyarakat sekitar perusahaan dalam hal ini adalah masyarakat sekitar PT. PJB UP. Gresik.

4. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel – variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini dan diharapkan dapat memperluas objek penelitian untuk membandingkan hasil yang lebih baik.