

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

PT SIER melaksanakan program CSR melalui pendekatan manajemen *public relations* (PR), *community development*, dan prinsip *Corporate Social Innovation* (CSI). Pada tahap *finding the fact*, PT SIER mengandalkan data dari pemerintah setempat karena belum memiliki *social mapping*. Dalam tahap *planning and programming*, perusahaan bekerja sama dengan mitra strategis seperti Danareksa untuk merancang program seperti pelatihan digital marketing dan *business matching* dan juga PT SIER merancang program melalui ide pribadi dari Tim TJSLK. Tahap implementasi atau *taking action and communication* melibatkan karyawan sebagai relawan untuk memastikan kelancaran program, sementara evaluasi dilakukan melalui *Google Form* untuk program jangka pendek dan monitoring langsung untuk program jangka panjang, seperti penyaluran dana UMKM. Dalam *community development*, PT SIER berfokus pada penyadaran, pengkapasitasan, dan pendayaan. Penyadaran belum optimal karena ketiadaan *social mapping*, sementara pengkapasitasan dilakukan melalui pelatihan dan partisipasi UMKM dalam pameran seperti *Jatim Fair*. Pendayaan diwujudkan melalui pendanaan UMKM yang disalurkan melalui BRI, pelatihan UMKM internasional di Malaysia dan *workshop* daring. Prinsip CSI diterapkan melalui kolaborasi multisektoral dengan pemerintah dan mitra strategis, inovasi berkelanjutan seperti pelatihan digital marketing, dan penyelarasan program dengan bisnis untuk

menciptakan nilai bersama. Pendekatan ini mencerminkan upaya PT SIER dalam memberdayakan masyarakat dan mendukung keberlanjutan bisnis.

## **5.2 Saran**

Adapun terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan masukan untuk pembaca penelitian antara lain

### **1. Saran Akademis**

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi di bidang yang sama yaitu analisis manajemen PR dengan pendekatan implementasi CSR serta diharapkan mampu mendalami mengenai *community development* dan *corporate social innovation* dengan mengkaji lebih luas dengan menggunakan subjek dan objek penelitian yang berbeda.

### **2. Saran Praktis**

#### **a. Penguatan *Social Mapping***

PT SIER perlu mengembangkan *social mapping* formal untuk memahami kebutuhan masyarakat secara lebih akurat. Hal ini akan membantu dalam menyusun program CSR yang lebih spesifik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat lokal.

#### **b. Diversifikasi Program UMKM**

PT SIER dapat memperluas cakupan program pemberdayaan UMKM dengan melibatkan usaha di sektor produksi dan mengembangkan pelatihan yang lebih beragam, seperti manajemen keuangan atau inovasi produk.

c. *Monitoring* Jangka Panjang

PT SIER perlu memperkuat mekanisme monitoring jangka panjang, terutama untuk program pelatihan dan pemberdayaan. Hal ini bisa dilakukan melalui pelaporan berkala dari mitra binaan yang didukung dengan teknologi digital.