

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V ini penulis akan mengemukakan kesimpulan dan saran mengenai perencanaan yang dilakukan PT. PJB dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Penulis berharap ini akan memberikan manfaat bagi PT. Pembangkit Jawa Bali, sehubungan dengan perencanaan program CSR yang akan di laksanakan nantinya.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* ditujukan untuk menjalin hubungan baik, harmonis, saling percaya, saling menghormati antara PT.PJB dengan komunitasnya, agar hasil ingin dicapai sesuai dengan apa yang diharapkan dan direncanakan.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan mengenai “Strategi Perencanaan *Corporate Social Responsibility* PT. PJB dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengenalan situasi yang dilakukan *Public Relations* PT.PJB dalam perencanaan strategi CSR adalah dengan cara melakukan *social mapping*, penyebaran angket, melakukan peninjauan kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengetahui keadaan masyarakat dan mengetahui *problem social* masyarakat serta mengetahui apa yang menjadi kebutuhan serta masalah di masyarakat.

2. Penetapan tujuan yang dilakukan PT.PJB dalam perencanaan *Corporate Social Responsibility* yaitu, memberikan pelatihan atau keterampilan kepada masyarakat. PT.PJB ingin memberikan keahlian kepada masyarakat dengan membuka suatu tempat pelatihan kerja terutama dalam pelatihan keterampilan menjahit. Pelatihan menjahit ini dipilih dikarenakan kota Purwakarta adalah sebuah kota Industri yang mempunyai banyak sekali pabrik garmen, sehingga PT.PJB membuat suatu program CSR yaitu Program Pelatihan Keterampilan Menjahit. Sehingga dari kegiatan CSR ini akan terciptanya sebuah *corporate image* dalam bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Dampak yang ingin dicapai dalam kegiatan CSR ini adalah untuk membantu masyarakat supaya mempunyai keahlian sehingga bisa membuat dan meningkatkan taraf hidup mereka, terutama perekonomian.
3. Definisi khalayak atau segmentasi khalayak yang dilakukan oleh PT.PJB dalam strategi perencanaan CSRnya yaitu, khalayak sasaran adalah masyarakat sekitar perusahaan. PT.PJB membagi-bagi khalayak sasarnya dengan cara membuat suatu RING atau bagian, satu ring terdiri dari 3 (tiga) desa. Kegiatan CSR PT.PJB dimulai dari “RING SATU” yaitu Desa Cadas Sari, Cadas Mekar, dan Desa Karoya. Dalam penelitian ini penulis meneliti satu desa yaitu Desa Cadas Sari. Penentuan komunikator dalam hal ini adalah pembicara dan *trainer* dengan kriteria antara lain, memiliki pendidikan formal, pengalaman di

bidang garmen dan keterampilan menjahit. Bisa diteliti dalam hal ini PT.PJB dalam kegiatan CSRnya nanti menggunakan pelaksana tidak hanya dari *internal* perusahaan saja tetapi dibantu oleh *external* perusahaan juga.

4. Pemilihan media dan tehknik PR dalam perencanaan kegiatan CSR PT.PJB dalam “Program Pelatihan Keterampilan Menjahit PT.PJB” yaitu, televisi, radio, sponshorship, spanduk, dan surat kabar. Tehknik yang akan digunakan adalah *press release*.
5. Perencanaan anggaran yang dilakukan PT.PJB dalam perencanaan kegiatan “Strategi *Corporate Social Responsibility* PT.PJB” yaitu sumber dana diperoleh dari RUPS. Karena PT.PJB adalah unit, maka perencanaan anggaran disusun dan diajukan kepada pihak PT.PJB pusat yang ada di Surabaya. Anggaran untuk kegiatan CSR ini sebesar 1% dari hasil laba perusahaan. Karena setiap anggaran baik masuk ataupun keluar harus mendapat ijin dari PT.PJB pusat di Surabaya.
6. Pengukuran hasil yang akan dilakukan *public relations* PT.PJB dalam perencanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yaitu, dengan cara pembagian kuisisioner kepada masyarakat dan *Press Release*. Efek yang diharapkan dari kegiatan tersebut diantaranya, perubahan sikap positif, perubahan opini berupa pembentukan citra yang baik untuk perusahaan, perubahan prilaku berupa perubahan sikap dan mental yaitu tanpa takut memandang bahwa pendidikan adalah satu-satunya jalan keluar untuk mereka mempunyai penghasilan. Ternyata walaupun pendidikan

,mereka tidak seperti yang diharapkan bahwa dengan mereka mempunyai *skill* atau keahlian mereka bisa membuat hidup mereka mempunyai penghasilan dan mau untuk bekerja tanpa melihat status pendidikan mereka. Faktor pendukung dalam kegiatan CSR “Program Pelatihan Keterampilan Menjahit: ini yaitu media massa, kesiapan tim humas dan CSR PT.PJB, dan kesiapan peran pihak eksternal. Sedangkan faktor penghambat adalah turunnya minat masyarakat dalam memahami dan mengikuti program pelatihan yang memakan waktu 1-2 minggu, kurangnya sosialisasi perusahaan, dan kurangnya tim kerja pihak perusahaan dalam kegiatan CSR nantinya. Hasil-hasil yang hendak dicapai antara lain, respon positif seperti timbulnya citr PT.PJB yang baik dimata public, menjalin hubungan baik, silaturahmi, dan menumbuhkan sikap *corporate social responsibility*, sedangkan respon negative belum begitu terlihat karena program CSR ini belum berjalan tapi seiring dengan berjalannya program CSR ini perusahaan akan membagikan kuisioner kepada masyarakat untuk mengetahui respon negatife dari masyarakat.

5.2 Saran

Saran-saran ini adalah pernyataan pendapat Penulis tentang kesimpulan hasil penelitian “Strategi *Corporate Social Resnponsibility* PT.PJB dalam :Program Pelatihan Keterampilan Menjahit PT.PJB”. Saran-saran tersebut berisikan hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* penulis menyarankan agar terus dilakukan dan direncanakan dengan baik, karena melalui kegiatan ini PT.PJB dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan melalui kegiatan ini juga menunjukkan bahwa PT.PJB melakukan upaya tanggung jawab sosial kepada masyarakat.
2. Dalam pengenalan situasi, sebaiknya *public relation* PT.PJB tidak hanya melakukan *social mapping* tetapi melakukan observasi lebih mendalam terhadap keinginan dan yang menjadi kebutuhan masyarakat, agar ketika kegiatan CSR ini dijalankan sesuai dengan situasi yang dihadapi.
3. Pada penentuan khalayak seharusnya Pihak *Public Relations* PT.PJB bisa lebih memperhatikan setiap karakteristik masyarakat, misalkan latar belakang pendidikan, kesanggupan dan minat masyarakat terhadap program yang akan dilakukan supaya program yang akan dilaksanakan sesuai dengan karakteristik masyarakat yang membutuhkan.
4. Pada pemilihan media dan tehknik *public relations*, sebaiknya lebih diperhatikan, karena sebaik apapun kegiatan *Corporate Social Responsibility* dilaksanakan jika tidak diketahui oleh khalayak luas, maka tidak akan berdampak apapun. Seperti, kurangnya perhatian dari khalayak atau kurangnya informasi yang dibutuhkan khalayak.
5. Pada Pengukuran hasil, karena program CSR ini belum berjalan alangkah baiknya ketika nanti program CSR ini berjalan, pihak *Public Relations* PT.PJB dalam pengukuran hasil tidak hanya menggunakan angket atau kuisioner tetapi sebaiknya ditambahkan observasi mendalam

agar lebih mengetahui untuk kelebihan dan kekurangan dari program CSR tersebut.

