

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.3 Kesimpulan

Berdasarkan beberapa temuan yang diperoleh dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Bank Perkreditan Rakyat Di Bandung Raya Dan Sumedang)”, maka pada bab terakhir ini dapat disimpulkan dari hasil penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Tanggung jawab sosial pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang berdasarkan hasil perhitungan WMS secara umum termasuk dalam kategori baik dengan nilai rata-rata 3,8. Nilai tersebut diperoleh dari beberapa indikator yaitu (1) jangkauan kepada orang miskin dan minoritas (CSR 1) memiliki hasil rata-rata 0,70 menunjukkan kriteria baik, (2) jangkauan pelayanan (CSR 2) hasil rata-rata 0,73 menunjukkan kriteria baik, (3) peningkatan modal sosial dan politik nasabah (CSR 3) hasil rata-rata 0,80 menunjukkan kriteria sangat baik, (4) tanggung jawab institusi (CSR 4) hasil rata-rata 0,82 menunjukkan kriteria sangat baik. Nilai rata-rata tertinggi pada variabel X (Tanggung Jawab Sosial) yang terjadi pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang ini berada pada indikator tanggung jawab institusi dan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator jangkauan

orang miskin dan minoritas. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa secara umum pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang telah dilaksanakan dengan baik.

2. Secara umum Keunggulan Bersaing dari hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang berdasarkan teknik WMS berada pada kategori cost leadership (CA 1) dengan nilai rata-rata 0,82. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang dapat dikatakan sangat baik dilihat dari indikator cost leadership, product differentiation, dan outreach levels.
3. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial terhadap Keunggulan Bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya dan Sumedang diketahui bahwa diperoleh nilai signifikan $0,01 < 0,05$. Dapat dilihat bahwa probability tanggung jawab sosial atau CSR berpengaruh baik terhadap competitive advantages atau keunggulan bersaing

5.4 Saran

Adapun beberapa saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagi Lembaga

Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel tanggung jawab sosial yang ditunjukkan dengan hasil kategori tanggung jawab institusi dan keunggulan bersaing yang ditunjukkan dengan hasil kategori outreach levels. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga telah melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap keunggulan bersaing dengan ketentuan yang seharusnya.

