

## BAB V

### KESIMPULAN

#### V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan di lapangan yang dilakukan, peneliti menarik kesimpulan mengenai hubungan program CSR Toyota Eco Gallery dengan citra perusahaan Toyota Indonesia pada siswa SMA Negeri 9 Surabaya dan SMA Negeri 5 Surabaya. Identitas responden yang dominan dalam penelitian ini yaitu berusia 15-16 tahun, berjenis kelamin perempuan, berasal dari kelas X dan siswa dari SMA Negeri 9 Surabaya.

Dalam penelitian ini, hasil hipotesis menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak, ini berarti terdapat hubungan tinggi atau kuat antara program CSR Toyota Eco Gallery dengan citra perusahaan Toyota Indonesia. Hubungan yang diberikan melalui program CSR Toyota Eco Gallery adalah hubungan yang positif dengan citra perusahaan Toyota Indonesia.

Hasil variabel X (*corporate social responsibility*) dinilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa Toyota Indonesia dalam menjalankan program CSR Toyota Eco Gallery sesuai dengan konsep *sustainability*, *accountability*, dan *transparency*. Nilai tertinggi terdapat pada indikator *sustainability* dimana pada indikator ini masyarakat memandang bahwa Toyota Indonesia membangun fasilitas Toyota Eco Gallery sebagai tempat pembelajaran siswa agar dapat menangani permasalahan terkait pelestarian lingkungan.

Kemudian hasil variabel Y (citra perusahaan) juga dinilai baik. Hal ini disebabkan program CSR Toyota Eco Gallery ini memberikan manfaat kepada siswa siswi sebagai generasi muda, sehingga responden merasa diuntungkan. Penilaian tertinggi terdapat pada indikator *position*. Penilaian

tersebut berkaitan dengan posisi Toyota Indonesia melalui pelaksanaan program CSR Toyota Eco Gallery, peduli terhadap pelestarian lingkungan dibandingkan dengan perusahaan lain.

Terdapat temuan negatif dalam penelitian ini yaitu, responden menilai bahwa program CSR pada indikator *accountability* dan *transparency* memiliki nilai yang rendah. Dikarenakan responden merasa pengadaan pengecekan dan pendampingan yang dilakukan oleh pihak perusahaan masih kurang, perusahaan mengadakan kegiatan tersebut dalam kurun waktu tertentu. Selain itu pada indikator *transparency* responden memberikan penilaian yang rendah, dikarenakan responden jarang untuk melakukan pengecekan informasi yang telah disediakan pihak perusahaan.

Pada variabel citra perusahaan responden memberikan tanggapan yang rendah pada indikator *familiarity*, dikarenakan pihak Toyota Indonesia jarang melakukan pendampingan dalam penanaman konsep *green mindset* bagi para siswa. Namun responden mengetahui bahwa dengan adanya program CSR Toyota Eco Gallery bertujuan untuk memberikan solusi terkait pelestarian lingkungan.

## **V.2. Saran**

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

Penelitian dengan objek ini dapat dilanjutkan dengan mencari tau pengaruh program CSR Toyota Eco Gallery terhadap citra perusahaan Toyota Indonesia, namun penelitian lebih lanjut dapat dilakukan. Apabila dengan subjek penelitian yang berbeda, sehingga hasil penelitian lebih bervariasi dengan memberikan pandangan yang berbeda. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat meneliti faktor lain yang mempengaruhi

penilaian masyarakat terhadap citra perusahaan Toyota Indonesia. Sebab apabila penelitian tersebut dilakukan, dapat memperkuat penelitian ini apabila hasilnya sama, ataupun memberikan pandangan yang berbeda apabila hasilnya berbeda.

### **V.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran kepada Toyota Indonesia sebagai pelaksana program CSR Toyota Eco Gallery untuk melakukan pendampingan secara rutin, sehingga penanaman konsep *green mindset* yang diharapkan oleh perusahaan dapat tertanam dan dipahami oleh siswa siswi. Hal ini dikarenakan tidak semuanya siswa memahami makna dari *green mindset* hanya anggota dari ekstrakurikuler, sehingga pemahaman ini tidak merata.

## DaftarPustaka

### Buku:

- Azwar, Saifuddin. 1995. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya Edisi ke 2. Yogyakarta:Pustaka Pelajar
- Butterick, Keith. (2012). *Pengantar Public Relatons Teori dan Praktik*. Jakarta:PT. Rajagrafindo Persada.
- Hadi, Noor. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hurlock, Elizabeth B. 1980. Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- Jefkins, Frank & Yadin, Daniel. 2004. Public Relations Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Perdana Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Prastowo, Joko, Huda. (2011). *Corporate Social Responsibility: Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Rusdianto, Ujang. 2014. Cyber CSR; a guide to CSR Communications on cyber media, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Rumanti, Maria Assumpta Sr. (2004). *Dasar-dasar Public Relatin Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grafindo.

- Solihin, Ismail. (2015). *Corporate Social Responsibility From Charity To Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. (1989). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta:PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relation Perusahaan: Kajian Program Implementasi*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soemirar, Soleh & Ardianto, Elvinaro.(2012). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Untung, Dr. Hendrik Budi. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: SinarGrafika.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* . Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Vos, M.F. (1992). *The Corporate Image Concept:A Strategic Approach*. Den Haag:CIP GegevensKoninklijke Bibliotheek.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah konsep & aplikasi CSR: Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing

**Jurnal:**

- Arifin, Muh. Luqman. (2013). Upaya Konselor Dalam Membimbing Belajar Siswa Di Sekolah Dasar / Madrasah Ibtidaiyah. *Jurnal Bimbingan Konseling Islam*. Vol 4. No.2. Hal 204.
- Ishak, Aswad dan Nurjanah, Adhianty. (2015). Komunikasi CSR Program CSR Rumah Srikandi PT Sari Husada Yogyakarta Kepada Stakeholder. *Channel*, Vol. 3, No. 1, hal 25.

- Megayanti, Nita & Rohman, Abdul. (2009). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*. Vol 3, No.2. Hal 164
- 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. Hal 2.
- Nurhayati. Studi Perbandingan Metode Sampling Antara Simple Random dengan Stratified Random. *Jurnal Basis Data, ICT Research Center UNAS*. Vol. 3. No.1. Hal 19.
- Yunatan, Claudia. (2016). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Alfamart Class” di SMK PGRI 3 Malang terhadap citra perusahaan Alfamart. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol 4, No.1. Hal 2.

### **Website:**

- Dosen pendidikan. (2014). “13 Pengertian Siswa Menurut Para Ahli Terlengkap” diunduh dari <https://www.dosenpendidikan.com/13-pengertian-siswa-menurut-para-ahli-terlengkap/>. 27 Desember 2018, pukul 11:03
- Mulya Achdami. (2017). “Kendaraan Bermotor Penyumbang Polusi Terbesar” diunduh dari <http://m.harnas.co/2017/01/26/kendaraan-bermotor-penyumbang-polusi-terbesar>. 11 Desember 2018, pukul 10:35
- PT Toyota Manufacturing Indonesia. “TMMIN PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia Company Profile” diunduh dari [www.toyotaindonesiamanufacturing.co.id/files/download/4d6830b8ee8219b](http://www.toyotaindonesiamanufacturing.co.id/files/download/4d6830b8ee8219b). diakses pada tanggal 27 Desember 2018. 11:43 WIB
- PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. (2014). “Toyota Berbagi” Diunduh <http://www.toyotaindonesiamanufacturing.co.id/toyota-berbagi>. 15 Oktober 2018, pukul 09:13
- Toyota. (2016).” 32 Toyota Eco Gallery Dibangun di Berbagai Sekolah”. Diunduh Dari <https://www.toyota.astra.co.id/press-room/press->

release/32-toyota-eco-gallery-dibangun-di-berbagai-sekolah.21 Januari 2019, pukul 21:38

Toyota Astra Motor. (2016). “Toyota Raih Penghargaan Lingkungan dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta” diunduh dari <https://www.toyota.astra.co.id/social-responsibility/environment/toyota-raih-penghargaan-lingkungan-dari-pemerintah-provinsi-dki-jakarta>.15 Oktober 2018, pukul 09:41

Toyota Eco Youth. (2018). “ Toyota Eco Youth Ecosociopreneur” Diunduh dari <https://toyotaecoyouth.com/>. 15 Oktober 2018, pukul 09:51.

### **Wawancara:**

Handri Yatno, PIC Toyota Eco Youth. 26 September 2018.

Husnul Muchtarijah, Sebagai Pembina Ecosongo di SMA Negeri 9 Surabaya. 24 September 2018. Ruang Toyota Eco Gallery

Mabubah, Koordinator Greenish. 13 November 2018. Sekolah SMA Negeri 5 Surabaya