

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan di lapangan yang dilakukan, peneliti menarik kesimpulan mengenai pengaruh program CSR Bank Sampah terhadap *corporate image* PT PLN bagi nasabah Bank Sampah. Dalam penelitian ini, hasil hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak, ini berarti terdapat pengaruh antara program CSR Bank Sampah terhadap *corporate image* PT PLN. Pengaruh yang diberikan melalui program CSR Bank Sampah adalah pengaruh yang positif terhadap *corporate image* PT PLN. Namun meskipun PT PLN tidak melaksanakan program tersebut, PT PLN sudah memiliki *corporate image* yang positif. Hal ini disebabkan korelasi yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah rendah tapi pasti antara program CSR Bank Sampah dan *corporate image* PT PLN.

Dalam pelaksanaannya, PT PLN sudah menjalankan program Bank Sampah ini dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari indikator CSR yang tertinggi yaitu *planet*, kemudian *people*, dan *profit*. Dengan penilaian yang positif ini, maka PT PLN telah sukses dalam melaksanakan program CSR Bank Sampah ini. Hal ini juga berkaitan dengan *corporate image* PT PLN, yang dalam penelitian ini mendapat penilaian yang positif dari responden. Penilaian terhadap *corporate image* dilakukan melalui 5 indikator citra dengan nilai tertinggi terletak pada indikator *familiarity*, *perception*, *preference*, *position*, dan terakhir *primary impression*. Kelima indikator ini mendapat penilaian positif sehingga dapat disimpulkan bahwa *corporate image* PT PLN secara menyeluruh bersifat positif. Dalam penelitian ini juga menemukan di mana seluruh aktivitas yang dilakukan oleh Bank Sampah

Induk akan mempengaruhi penilaian yang diberikan oleh nasabah dari Bank Sampah, meskipun secara struktural Bank Sampah Induk tidak berada dibawah PT PLN.

Apabila dikaitkan dengan identitas responden, nasabah dari Bank Sampah ini lebih aktif diikuti oleh perempuan yang bekerja sebagai ibu rumah tangga dengan rentang usia 41 – 60 tahun. Hal ini disebabkan karena perempuan lebih aktif dalam mengikuti kegiatan dalam masyarakat. Sehingga dalam hasil penelitian ini responden perempuan cenderung lebih banyak dalam memberi penilaian.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan penelitian kuantitatif dengan subjek yang berbeda, seperti masyarakat. Hal ini dilakukan karena subjek pada penelitian ini merupakan nasabah Bank Sampah, sehingga penilaian *corporate image* yang dihasilkan bersifat positif. Penelitian dengan subjek yang berbeda dapat dilakukan untuk melihat bagaimana penilaian *corporate image* melalui program CSR Bank Sampah di masyarakat. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat meneliti faktor lain yang mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap *corporate image* PT PLN. 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 PT PLN sebagai pelaksana program CSR Bank

Sampah untuk tetap konsisten dalam mempertahankan program Bank Sampah ini. Hal ini perlu dilakukan untuk membantu dalam mengambil peran dalam pelestarian lingkungan saat ini yang dimulai dari sampah. PT PLN juga dapat meningkatkan program CSR Bank Sampah ini dengan menambah alat transportasi yang digunakan untuk mengangkut sampah. Hal ini dikarenakan, beberapa unit Bank Sampah memiliki hasil pilahan sampah yang cukup banyak pada saat penyeteroran, dan seringkali pengangkutan sampahnya dilakukan dua kali karena transportasi yang kurang besar untuk memuat hasil pilahan tersebut.

Selain itu, peneliti menyarankan agar PT PLN melakukan kunjungan rutin untuk memantau pelaksanaan Bank Sampah. Hal ini dilakukan karena penilaian nasabah terhadap *corporate* image ditentukan dari kinerja Bank Sampah Induk yang bertanggung jawab kepada tiap unitnya. Peneliti juga menyarankan agar PT PLN memiliki daftar harga sampah sendiri. Dengan adanya daftar sampah, maka nilai tukar para nasabah tidak mengalami penurunan dan nasabah tidak dirugikan. Saat ini Bank Sampah seringkali mengalami penurunan nilai tukar karena harga jual di pasar yang juga mengalami penurunan. Dengan itu diharapkan program CSR Bank Sampah ini lebih baik ke depannya dengan jumlah nasabah yang semakin banyak.

Daftar Pustaka

- Budimanta, A., Prasetijo, A., Rudito, B. (2008). *Corporate Social Responsibility: Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta : Indonesia Center for Sustainable Development (ICSD).
- Gassing, S.S ., Suryanto.(2016). *Public Relations*. Yogyakarta : ANDI.
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Iriantara, Yosol.(2004). *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing*. Jakarta : Prenada Media Group.
- . (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Oliver, Sandra. (2001). *Strategi Public Relation..* Penerjemah: Sigit Purwanto. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Prastowo, Joko ., Huda, Miftachmoerul. (2011). *Corporate Social Responsibility:Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta : Samudra Biru.
- Rusdianto, Ujang. (2013). *CSR Communications A Framework for PR Practitioners*.Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi :Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo.

- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta :LP3ES
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. (2007). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* . Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Untung, H. B. (2007). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Vos, M.F. (1992). *The Corporate Image Concept : A Strategic Approach*. Den Haag: CIP Gegevens Koninklijke Bibliotheek.
- Wahyudi, I. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Malang: In-Trans Publishing.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*.Gresik : Fascho Publishing.
- Wibowo. (2012). *Manajemen Kerja Edisi Ketiga*. Jakarta : Rajawali Pers

Jurnal

- Jannah, Miftahul., Yacob, Fakhri., Julianto. (2017). *Rentang Kehidupan Manusia (Life Span Development) Dalam Islam*. Jurnal Dosen Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Vol 3, No 1, 97-114.

- Junaidi, Heri. (2017). *Ibu Rumah Tangga: Perempuan Pengangguran*. An Nisa'a Jurnal Kajian Gender dan Anak, Vol 12, No 1, 77-88.
- Kurniawan, Gogi. (2016). *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Citra Perusahaan pada Telkom Kandatel Surabaya Timur*. Jurnal Program Studi Manajemen STIE YAPAN, Vol 1, No 2, 1-8.
- Lindrawati., Felicia, Nita., T Budianto, J.Th. (2008). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar sebagai 100 Best Corporate Citizens oleh KLD Research & Analytics*. Jurnal Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala, No 1, 66- 83.
- Nurhayati, Eti. (2016). *Memahami Psikologis Perempuan (Integrasi & Intercomplementer Perspektif Psikologi dan Islam)*. Batusangkar International Conference 1, 15-16 Oktober 2016, 245-258.
- Prasiska, Yosa., Pertiwi, Bunga., Nabila, Yosi.R., Indah, Kristin., Safitri, Dian. (2017). *CSR dan Citra Perusahaan*. Jurnal Bisnis Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah, Vol 24, No 1, 43-49.
- Ulum, Bahrul., Arifin, Zainul., Fanani, Dahlan. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra*. Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Vol 8, No 1, 1-8.
- Vegawati, Silvania .M., Kumadji, Srikandi., Fanani, Dahlan. (2015). *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap*

Citra Perusahaan. Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Vol 20, No 1, 1-6.

Internet

www.pln.co.id Diakses pada tanggal 16 Januari 2018

www.indonesia-investments.com Diakses pada tanggal 18 Januari 2018

www.suarasurabaya.net Diakses pada tanggal 17 September 2018

www.telkom.co.id Diakses pada tanggal 30 Agustus 2018